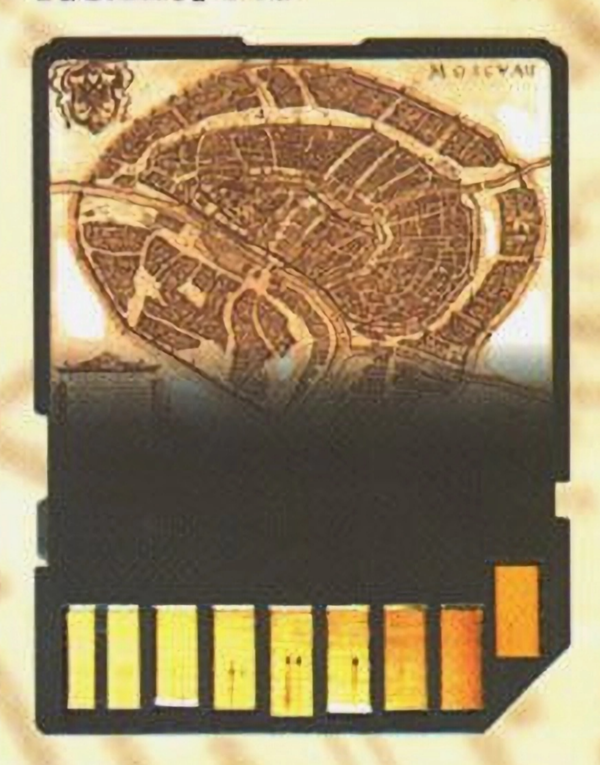
ВИЗУАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ: городские карты памяти



библиотека
Журнала
Исследований
Социальной
Политики

ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ И ГЕНДЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ВИЗУАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ:

ГОРОДСКИЕ КАРТЫ ПАМЯТИ

Под редакцией
П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой

Москва
2009

ББК 60.5
В 75

*Издание подготовлено при поддержке
фонда Джона Д. и Кэтрин Т. Макартуров*

Визуальная антропология: городские карты памяти / Под редакцией П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. – 312 с.

ISBN 978-5-903360-23-9

«Городские карты памяти» представляют возможность исторических экскурсов и когнитивную реконструкцию повседневного опыта. Эта книга стала продолжением издательской инициативы Центра социальной политики и гендерных исследований в области визуального анализа. Авторы обращаются к исследованию символической организации городского пространства, применяя методологию картирования городской среды, изучают способы восприятия и освоения людьми городских контекстов, интерпретируют репрезентации в массовой культуре и дискурсы о городских путешествиях, обсуждая очертания городов, меняющиеся под влиянием социальной и культурной политики. Пристально вглядываясь в городские ареалы и миры, исследователи обращают внимание на разнообразные универсумы жизненных стилей, рассматривают их социальную организацию и культурные практики в динамике глобального и локального, в условиях постоянно обновляемых технологий коммуникации. Издание адресовано антропологам, социологам, культурологам, всем тем, кого интересуют возможности и принципы визуальных исследований культуры и общества.

ISBN 978-5-903360-23-9

Содержание

Visual Anthropology: Urban Memory Cards / Mental Maps

edited by Pavel Romanov and Elena Iarskaia-Smirnova
Moscow: Variant, CSPGS, 2009

Table of Contents

«Город затейный…» Калейдоскопическое жизненное пространство

Елена Ярская-Смирнова, Павел Романов

Исследователям разных поколений город представлялся эпицентром современности, местом, наполненным историями жизней людей, средоточием социальных коммуникаций, где перемешивается публичное и интимное, а время подчиняется единому ритму высокоскоростных публичных режимов – транспортных, индустриальных, информационных. Городская антропология изучает эти многообразные смыслы и практики, социальную организацию небольших городских сообществ и более крупных институциальных властных структур [Boissevain, 1995], различные виды социальных связей и формы городской социальной жизни в культурных и исторических контекстах [Merry, 1997], социальные проблемы, связанные с преступностью, социальными беспорядками, неравенством, бездомностью. Классическая урбанистика во многом полагалась на количественные исследования и опросную методологию, стремясь отслеживать сдвиги в демографии, экономике и классовой структуре. Парадигма городской визуальной антропологии признает важность этих ракурсов, но диверсифицирует методологию и предметную сферу своих исследований, обращаясь к изучению произведений искусства, объектов материальной культуры, истории организаций, созданию фото- и кинообразов, цифровому моделированию, деконструкции репрезентаций в массовой культуре, анализу

городских жизненных стилей в ответ на меняющиеся коммуникационные технологии...

Надо сказать, что визуальные аспекты в исследовании положения городской бедноты были традиционной чертой городской социологии и социальной работы, т.к. довольно часто данные опросов, статистика подкреплялись визуальными свидетельствами. Например, результаты работы Джейн Адамс и ее коллег по описанию жизненных условий бедных мигрантов в Чикаго были представлены в графическом формате – в виде карт и фотоальбомов [Holbrook, 1895]. Британский филантроп Чарльз Бут осуществил крупномасштабный проект, составив карты бедности со статистическими данными о жизни и труде бедных в Лондоне (1886–1903) [См.: Charles Booth]. Большое внимание производству, применению и анализу визуальных форм уделялось в Чикагской социологической школе: исследователи прибегали к этнографическому наблюдению, а для теоретической интерпретации данных использовали категории социального пространства, границ и дистанции, ареала и зон.

В основании этнографических исследований различных районов Чикаго в бурный период 20–30-х годов, в фокусе которых были банды, бродяги, элиты и этнические сообщества, находились теория Чужого, или «постороннего», разработанная Георгом Зиммелем, и концепция маргинального человека, сформулированная Робертом Парком. Посторонний и маргинал – это, по сути, визуальные метафоры нарушения социального порядка. Чужой появляется сегодня, чтобы остаться на завтра, но не может разделить с группой ее симпатии и антипатии и поэтому не только кажется опасным для существующего порядка, но и на самом деле «становится на сторону "прогресса" против господствующих обычаев и традиций» [Филиппов, 1994. С. 80]. Проблема маргинальности раскрывается и через зримое соотношение «центра» и «периферии» в социокультурном пространстве города. С одной стороны, на периферии городского пространства маргинальность соседствует с безвластием, бедностью и политическим вакуумом. С другой стороны, здесь происходит перераспределение власти, и формируются новые формы контроля над городской жизнью и территорией. Та степень, до которой городской образ жизни предполагает взаимодействие между посторонними, отличается от города к городу и от ареала к ареалу [Fox, 1977].

Впоследствии эта визуальная составляющая была развита Кевином Линчем, написавшим в книге «Образ города» о ментальных картах, создаваемых людьми как внутренне связанных и предсказуемых способах понимания окружающего их мира. По мысли Линча, мы отмечаем в памяти пути, границы, ареалы, фокальные или доминантные точки и опознаваемые объекты. Город можно читать как

текст, и структура его приближается в каком-то смысле к художественному произведению. Это становится возможным благодаря хорошо читаемым – видимым, заметным, опознаваемым – объектам, которые способны вызвать сильный образ в сознании любого наблюдателя и «навязывают себя чувствам обостренно и интенсивно» [Линч, 1982. С. 22].

Именно на этой концепции основывается визуальная техника картографирования или картирования (mapping), используемая как в исследованиях, так и на практике – в социальной работе и городском планировании, образовании. Анализ карт, фотографий, рисунков, сделанных обычными людьми, позволяет изучить особенности их восприятия и освоения жизненного пространства, вскрывая, например, проблемы доступности тех или иных элементов городского пространства (в том числе, социальных услуг, транспорта, занятости), социальной уязвимости отдельных групп городских жителей. Прием фотоэтнографии в городских исследованиях социальных проблем был задействован в одном из проектов в Калифорнии, когда сделанные детьми фотообразы и их комментарии позволили проявить те способы, какими социальный класс, гендер, этничность, миграция и раса оформляют детский опыт жизни в городе, и высвечивают важность социальных отношений в тех смыслах, которые дети приписывают осваиваемым ими городским ландшафтам [Orellana, 1999]. Картографирование применялось, например, в исследовании восприятия психосоциальных услуг в сфере здоровья и психического здоровья беременными несовершеннолетними и юными матерями: оперируя понятиями барьеров и пространственной доступности услуг, ученые продемонстрировали то, что подростки, находившиеся в наиболее уязвимой социальной ситуации, испытывали наименьшую доступность провайдеров услуг [Han and Stone, 2007]. Виктория Семенова в этой книге обосновывает методологию картирования городского пространства, а Наталья Сорокина эту методологию применяет к анализу ментальных образов транспортных маршрутов, складывающихся у людей, представляющих разные социальные группы пользователей.

При определении мест и пространств в качестве маргинальных объектам, практикам, идеям и способам социального взаимодействия приписываются атрибуты «низкой культуры» [Schields, 1991. P. 5], и это делается, в том числе, и визуальными способами. Политика такого символического исключения основана на стратегии, которую Эдвард Саид назвал «позиционное превосходство». Высокое помещается в целую серию возможных отношений с Низким, никогда не отменяя своего высокого места. Так порождается серия амбивалентных репрезентаций и двусмысленных отношений к Низкому или Маргинальному. Быть «на краю» подразумевает исключение из «центра».

Но, как показывает Роб Шилдс, социальные, политические, экономические отношения, которые привязывают периферию к центру, удерживают их вместе в сериях бинарных связей, не допускают их полное разъединение [Schields, 1991. P. 276]. Таким образом «края» становятся означающими всего того, что отрицают или репрессируют «центры»; края, как «Другое», становятся условием возможности всех социальных и культурных целостностей. По этой причине то, что обыденно на периферии, так часто символически важно в центре. Низкое-Другое отвергается на всех уровнях социальной организации, но в то же время является инструментальной составляющей образных репертуаров доминантной культуры. Мир маргиналов оказывается социальной «периферией», необходимой «центру» для поддержания собственного статуса. Стилевые особенности, отражающие городскую социальную структуру, распознаются в динамике глобального и локального, при этом «советское» или «провинциальное» выступает противовесом «западному», «глянцевому» и актуальному, оказываясь необходимым элементом идентификации экспертом «правильного» стиля (статья Ольги Гуровой в этой книге). Это своеобразная городская карта, на которой отражены когнитивные, моральные и эстетические элементы нашего восприятия [Bauman, 1993. P. 165, 167-168].

Пристально вглядываясь в городские ареалы и миры, исследователи обращают внимание на разнообразные универсумы жизненных стилей, рассматривают их семиотику, социальную организацию и культурные практики, проблемы мультикультурализма [Krase, 2009], трансформации городского пространства посредством социальной и культурной политики (статья Джона Викери). Одни интерпретируют образы, формы, артефакты. Другие изучают повседневные практики, ритуалы, динамику коллективных представлений горожан. Новые страницы визуальных городских путеводителей открываются не только исследователями, но и фотографами и журналистами [См., напр.: Сагомонян, 2009]. Городское пространство приобретает новые очертания в практиках культурного потребления (статьи Андрея Возьянова, Павла Романова); аудиовизуальность и телесность методологически заостряют темы идентичности и выбора, власти, статуса и различий. Путеводитель зрения бесконечно расширяет границы времени и пространства, представляя множественность оптик, или модусов восприятия. Городские тропы – это символическая организация дискурса о путешествии, рассматривании и других модусах освоения и ощущения пространства, поэтика повседневности городов (статьи Елены Трубиной, Оксаны Запорожец и Екатерины Лавринец).

Визуальные городские антропологи не только проводят исследования, но и занимаются производством визуальных форм и репрезентаци-

ей социокультурных явлений городской жизни посредством фото- и киносъемки, организации выставок и фестивалей. Яркой фигурой в развитии направления стал американский антрополог Джон Маршалл, который спустя годы работы в Африке занялся исследованием субкультур индустриального общества в США, где в 1960-е годы снял фильм о психиатрической клинике и несколько фильмов о полицейских. Эти документальные работы, представляющие хронику жизни организаций, режиссер – а благодаря ему и зрители – смотрят на мир глазами его героев. В России сегодня проходят кинофестивали по визуальной антропологии, где демонстрируются, в том числе, и фильмы о современных горожанах, об их повседневной жизни, взаимоотношениях в семьях, о способах преодоления жизненных проблем [См.: Христофорова]. А городские антропологи все увереннее выступают на поле производства визуальных данных и перформансов [1].

Особое место в визуальной городской антропологии занимает анализ репрезентаций городских жизненных стилей и культурных практик, меняющихся городских культурных форм – архитектурных сооружений, всевозможных артефактов массовой культуры и объектов массового потребления, произведений искусства, фотографий и фильмов: кто кого репрезентирует, как и почему? Как меняющиеся социокультурный, политико-экономический контексты влияют на производство образов? Как производятся и распространяются эти репрезентации, и как они влияют на общество, меняя его социальную структуру? Это интерпретативная исследовательская практика, впечатленная исследованиями в области архитектуры, истории, литературы и искусства, кино и медиа. Городские образы, зафиксированные в застывших или текучих формах, ставшие предметом ностальгии и возможностью путешествия во времени и пространстве благодаря культурному производству, обсуждаются в статьях Романа Абрамова, Анастасии Кинчаровой, посвященных анализу фильмов, и Татьяны Кузьминой о музее. История городов – это исследование семиотических факторов, которые могут способствовать сохранению устойчивых сообществ или их трансформации [Иванов, 2005. С. 165]. Исторические экскурсы Бориса Степанова, Светланы Малышевой и Аллы Сальниковой переносят нас на сложную визуальную территорию воплощенной памяти о прошлом.

Метафора «карты памяти» в названии книги содержит не только коннотации с буквальными географическими картами и проложенными на них символическими маршрутами. Это одновременно и *memory cards*, и *mental maps*. Карты памяти представляют нам воз-

---

[1] См., напр., проект И. Утехина «Коммунальная квартира. Виртуальный музей советского быта» // http://kommunalka.colgate.edu/.

можность исторических экскурсов, а также когнитивную реконструкцию повседневного опыта. Подобно цифровой карте памяти в фотоаппарате, мобильном телефоне, наша собственная память представляет собой хранилище информации с определенным порядком вещей, который в современной постоянно ускоряющейся городской жизни подразумевает новый тип публичности. Тогда мы выносим наши информационные хранилища в публичное виртуальное пространство, в дневники, дискуссии, располагая там фотоальбомы, фильмы и наши впечатления, разнообразные сведения о жизненном потоке, о стилях и меняющихся вкусах, а потом достаем и используем или стираем, уничтожаем, стараясь больше уже не возвращаться к тому, что посчитали пройденным и не актуальным (статья Марии Ворона, Галины Карповой, Елены Ярской-Смирновой).

«Город затейный: что ни шаг, то съестной да питейный», – говаривали в старину. Городская визуальная антропология – это шаг в лабиринт живой калейдоскопической текстуры социальных практик (где иногда нужно «потеряться, чтобы увидеть»), с обманчиво знакомыми и постоянно меняющимися стилями, многими возможностями и границами, их образами, бросающимися в глаза и скрытыми в структуре потребления, в статусной иерархии городского пространства. «Городские карты памяти» представляют читателю возможность исторических экскурсов и когнитивную реконструкцию повседневного опыта в исследованиях символической организации городского пространства, способов восприятия и освоения людьми городских контекстов, очертаний городов, меняющихся под влиянием политики, с использованием методологии картирования городской среды, анализа репрезентаций в массовой культуре и дискурсов о городских путешествиях.

Эта книга продолжает издательскую инициативу Центра социальной политики и гендерных исследований по визуальному анализу [Визуальная антропология, 2007] и представляет собой один из трех выпусков [1], подготовленных в рамках проекта «Визуальные репрезентации социальной реальности: идеология и повседневность» при поддержке фонда Джона Д. и Кэтрин Т. Макартуров в 2008–2009 годах. Проект включал дистанционный курс и летнюю школу, в которых приняли участие будущие авторы статей всех трех сборников: тьюторы, дискутанты и слушатели от полугода до года работали над своими статьями. Позднее к коллективу участников проекта присоединились и другие исследователи, чьи статьи также вошли в три новых выпуска «Визуальной антропологии». Мы выражаем особую признательность координатору курсов и летней школы Ольге Бендиной, руководителю Центра социо-

[1] Остальные книги серии: Визуальная антропология: настройка оптики, 2009; Визуальная антропология: режимы видимости при социализме, 2009.

логического и политологического образования Сергею Кухтерину, а также всем консультантам проекта: Татьяне Дашковой, Оксане Запорожец, Александру Захарову, Виктору Круткину, Галине Орловой, Виктории Семеновой и Борису Степанову.

Визуальные исследования имеют длительную историю в зарубежных социальных науках, они институциализированы в рамках научных центров, периодических и продолжающихся изданий, читаемых курсов и учебных специализаций. Авторитет таких работ в академическом сообществе растет в связи с увеличивающимся социальным запросом. Этот запрос связан с объемом визуальной информации в повседневной жизни жителей современного индустриализованного мира и возрастанием роли этой информации. Речь идет о графических интерфейсах современного электронного оборудования, масштабами распространения электронных медиа, включая Интернет. Российская ситуация характеризуется разобщенностью академического сообщества, слабыми агломерациями ориентированных на международное партнерство ученых, особенно тех, кто мотивирован на применение новых, немейнстримных технологий. Развитие визуального направления в социологии и антропологии, вероятно, будет связано, с одной стороны, с преодолением местечковой изолированности ученых и исследовательских групп и усилением интегративных процессов, ростом корпоративной идентичности, повышением качества антропологического образования и статуса наших дисциплин в обществе, с другой стороны.

Список источников

Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, ЦСПГИ, 2007.

Иванов Вяч. Вс. К семиотическому изучению культурной истории большого города // Вяч. Вс. Иванов. Избранные труды по семиотике и истории культуры. Т. 4: Знаковые системы культуры, искусства и науки. М.: Языки славянских культур, 2007. С. 165-179.

Линч К. Образ города. М.: Стройиздат, 1982.

Сагомонян М. Люди в будках // Большой город. № 7 (228). 27.04.2009 // http://www.bg.ru/article/8078/.

Филиппов А.Ф. Обоснование теоретической социологии: введение в концепцию Георга Зиммеля // Социологический журнал. 1994. № 2. С. 80.

Христофорова О.Б. Антрополог на поле документалистики http://visant.etnos.ru/library/antropolog_na_pole_doc.php.

Bauman Z. Postmodern Ethics. Oxford, UK, Cambridge, Mass: Blackwell, 1993.

Boissevain J. Friends of friends: networks, manipulators and coalitions. New York: St. Martin's, 1974.

Charles Booth. Online Archive // http://booth.lse.ac.uk/.
Fox R. Urban anthropology: cities in their cultural setting. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.
Gmelch G., Zenner W. Urban life: readings in urban anthropology [3rd rev. end.]. Prospect Heights, IL: Waveland, 1995.
Han M. and Stone S. Access to Psycho-Social Services Among Pregnant and Parenting Teens: Generating Questions Using Youth Reports and GIS Mapping Techniques // Child Youth Care Forum. Vol. 36. 2007. P. 213=224.
Holbrook A.S. Map Notes and Comments // Hull-House Maps and Papers: A Presentation of Nationalities and Wages in a Congested District of Chicago, Together with Comments and Essays on Problems Growing Out of the Social Conditions. New York: Thomas Y. Crowell, 1895. P. 3=23 // Urban experience in Chicago: Hull-house and its neighborhoods: http://www.uic.edu/jaddams/hull/urbanexp.
Krase J. A visual approach to multiculturalism // Beyond Multiculturalism. Views from Anthropology. Ed. by Giuliana B. Prato. Londres: Ashgate, 2009.
Merry S.E. Urban Anthropology // The Dictionary of Anthropology / Ed. by Thomas Barfield. Oxford: Blackwell publishers, 1997. P. 479-480.
Orellana M.F. Space and place in an Urban Landscape: Learning from children's views of their social worlds // Visual Studies. Vol. 14. 1999. № 1. P. 73=89.
Schields R. Places on the Margin. Alternative geographies of modernity. London and New York: Routledge, 1991.

РАЗДЕЛ 1.

ГОРОДСКИЕ ТРОПЫ: ПУТЕВОДИТЕЛЬ ЗРЕНИЯ

Видимое и невидимое в повседневности городов

Елена Трубина

Не является ли само противопоставление видимого и невидимого, присутствующего и отсутствующего проявлением особой культурной логики? Эта логика сложилась и упрочилась в модерности, побуждая за поверхностью искать глубину, за сказанным – подразумеваемое, за привычным – необычное. Не эта ли логика надолго сделала повседневность – поверхностную, говорливую и привычную – либо фоном для социальных исследований, либо тем, чему они себя противопоставляли, культивируя дистанцию от ежедневных забот? В XX веке интерес к повседневности воплотил своеобразный этический импульс: ключевым для модерности должен был быть опыт повседневности, лежащий в основе культуры большинства, а не элиты. Для этого его надо было увидеть, сменив исследовательскую оптику, нацелив ее теперь на раскрытие скрытого значения практик и техник городской повседневности, ее пространств и предметов. И вот уже собственно в повседневности ищут диалектику видимого и невидимого, прошлого и настоящего, ординарного и сверхординарного. При этом осознается, что поиск невидимого, скрытого и глубокого

Статья выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ № 09-03-00678а «Трансформация городского пространства и мобильность населения».

смысла в потоке событий – не единственная возможная цель. Городская жизнь сама по себе, как она протекает сегодня и завтра, тоже очень важна. Но какую стратегию «обрамления» того, что открывается твоему взору, выбрать, какой фокус избрать? Остановиться ли на отдельном индивиде в его отличии от всех других или попытаться схватить само течение времени в повседневности? Можно ли ограничить пространство повседневности либо стоит говорить об особом месте, в котором ее только и можно наблюдать и проживать? Этим и другим вопросам посвящена сегодня обширная литература. В настоящей статье я попытаюсь проследить основные линии анализа повседневности, не упуская из виду тот факт, что все посвященные повседневности тексты описывают повседневность городскую.

Город как место и время повседневности

Как соотносятся теоретическое обсуждение повседневности «вообще» и городской повседневности? Немецкий феноменолог Бернхард Вальденфельс, обсуждая типы понимания повседневности, о городе рассуждает вот в каком контексте. Различные формы деятельности, включенные в разные сферы жизни, подчиняются несопоставимым правилам и существуют автономно. Повседневность же – это пространство для соединения разделенного и встречи всего и вся. В этом смысле она противостоит росту фрагментации нашей жизни и уменьшает несопоставимость тех логик, которые определяют общение с близкими или чужими людьми. Повседневность представляет собой «и место обмена и сам обмен мнениями». Город и есть такое место. Он проявляет суть таким образом понимаемой повседневности. Он, однако, может стать, «плавильной печью» для обособленных ценностей и стилей жизни при двух условиях. Во-первых, если «ему удается противостоять тотальной функционализации». Приходят на ум многочисленные в нашей стране города, в центре которых – «градообразующие предприятия». Города, возникавшие для выполнения единственной функции – беспроблемного воспроизводства промышленной рабочей силы для заводов, имеют небольшие шансы стать «местом обмена». Во-вторых, если это – большой город. Тогда город может быть «чем-то большим, нежели собранием памятников культуры, построек специального назначения и линий движения транспорта» [Вальденфельс, 1991. С. 48-49].

И действительно, это жизнь больших городов положена в основу всех известных нам теоретических подходов к повседневности «вообще». Британский географ Найджел Трифт не без иронии замечает:

«Трудно представить ситуационистов [1] в Стивенэйдже, де Серто в Катфорде или Лефевра в Льюисхэме» [Thrift, 2000. P. 399]. Льюисхэм, к примеру – депрессивный лондонский жилой массив, часто именуемый «городом крэка». Ничего не говорящие нам названия призваны продемонстрировать неизбежность, с какой предметом описания городской повседневности классиками становились не просто большие города, часто столицы, но именно центры этих городов – Парижа, Лондона, Нью-Йорка. Вес уже написанного об этих особых пространствах таков, что, кажется, любой сиюминутный жест, а тем более взгляд исследователя из своего окна, расположенного в средоточии цивилизованного мира, приобретает в них особую значительность. Это города с аурой, словно приглашающие зарыться в «чудесных складках изношенного каменного пальто», как некогда написал Беньямин о Париже. Они – сладкая, не отпускающая от себя отрава. Они ошеломляют. Многое из того, что Беньямин пишет об ауре произведений искусства, приложимо и к ним: эффект ауры состоит, вероятно, в соединении качества нашего переживания и собственно культурной среды, которая это переживание делает возможным. Здесь индивид включается в особые игры пространства и времени, сам становясь местом встречи с миром, встречи мимолетного мгновения и вечности, мифа и рациональности, приватного и публичного, экстерьера и интерьера.

Если место городской повседневности – это именно большие города, то как дело обстоит с ее временем? Велик соблазн вычленить в повседневности ее сиюминутные проявления и другое, «длинное» время и прослеживать одновременное протекание разных длительностей или темпоральностей повседневности. Тогда возникает проблема соединения в повседневности моментов новизны, которой бомбардирует нас город (новые здания, моды, нравы) и более «медленного», «геологического» ее измерения. В литературе о повседневности я бы выделила, как минимум, три варианта такого соединения.

Это, во-первых, соединение повседневности и, так сказать, повсеночности. Желание и страх – невидимая эмоциональная инфраструк-тура городов. Зигмунд Фрейд, Вальтер Беньямин, автор замечательной книги «Незримые города» итальянский прозаик Итало Кальвино, британский географ Стив Пайл описали парадоксальные

---

[1] Ситуационисты (the Situationists International) – члены революционного, антибуржуазного, анархо-марксистского политического и художественного движения, оформившегося в Европе в 1960-е годы. Город воплощал для ситуационистов кульминацию капиталистического отчуждения и «колыбель революции», то есть место, в котором могут зародиться революционные движения, нацеленные на создание альтернативного капитализму общественного устройства.

соединения между городскими фантасмагориями и реальностями [См.: Фрейд, 1997; Беньямин, 2000; Кальвино, 1997; Pile, 1996]. Города – переплетение ассоциаций, соединение парадоксов и двусмысленностей, образов, представляющих желания и скрывающих страхи.

Во-вторых, это воспроизводство «структур повседневности». В трудах Фернана Броделя была всесторонне развита мысль о том, что пестрота новизны не должна заслонять от нас степень, в какой каждый из нас безотчетно воспроизводит целый ряд рутинных действий, уходящих во времена, когда отношения людей с местами их обитания только становились [См.: Бродель, 2007]. Бродель так же, как и Вальденфельс, считает, что повседневность (и прежде всего вещи, которые являются ее опорой – еда, одежда, жилище) проявляет суть общества. Но вот незадача: эти мелочи обычно ускользают от внимания. Вот почему их нужно тщательно рассмотреть, так сказать, прочитать, а затем очистить от этой корки мелочей спрятанную под ней структуру. Но чтение повседневности – задача поистине безбрежная: начав с одного, переходишь к другому, а заканчиваешь «взвешиванием» мира, то есть пониманием того огромного места, которое занимает в нем материальная жизнь. Немного облегчает дело то, что у материальной жизни – медленные ритмы, которые поддаются описанию на языках движения людских масс, пищи, одежды, жилища, технологии, денег, городов. Обычно такого рода повествования пишутся отдельно друг от друга и остаются на периферии общепринятой истории. Таким образом, повседневность проявляется через потребляемые вещи и людей, вовлеченных в практики их использования, через незначительные повторяющиеся обыденные детали.

Просеивая эту «пыль истории», ученый способен за видимым беспорядком усмотреть порядок, к обычной истории добавить историю повседневности и тем самым увековечить повседневность как основу материальной жизни, почти неподвижную в своей рутинности под бременем более динамичного течения экономической жизни, то есть рыночной экономики, и «реального капитализма». Незаметные, никому неизвестные жизни, страдающие от неравенства и несправедливости, составили (и продолжают составлять) фундамент капиталистической динамики.

Бродель настаивал на нашей бессознательной вовлеченности в повседневность, структуры которой – мотивы, импульсы, стереотипы, способы действия – многое за нас решают. Это «длинное» время больших городов описано наиболее подробно литераторами и историками в историях больших городов, позволяя нам сравнивать с ними ритмы труда и отдыха и меру свободы нравов в своем городе. Питер Акройд в «Биографии Лондона» воссоздает эволюцию

лондонских толп с XVI по XX век, сопровождающуюся нарастанием их безличности и безразличия: «это исполинское месиво безымянных и неразличимых особей, это великое стечение неведомых душ воплощало как энергию города, так и его бессмысленность» [Акройд, 2005. С. 455]. Он тщательно реконструирует жизнь лондонских детей и пьяниц, женщин разных сословий и городских оригиналов, давая читателю возможность насладиться фактурой вроде бы исчезнувшей жизни. Однако же концентрация на нынешних лондонских улицах мужчин с сизоватыми носами и количество «фриков» убеждают в том, что, по меньшей мере, «длинное» время эксцентричности и излишеств каким-то образом в лондонской современности воспроизводится.

В-третьих, это «геология» собственно вещного мира повседневности. При всей стремительности заполнения нашей жизни все новыми предметами (некоторые из них способны создавать новые практики или видоизменять традиционные практики повседневности [См., напр.: Гладарев, 2006], целый спектр необходимых для жизни вещей укореняет нас в истории. Неслучаен сегодняшний большой интерес к истории происхождения привычных повседневных предметов – вилки и кровати, штопора и унитаза, что отражается в выходящих на многих языках книжных сериях по истории вещей. Сформировалась и «социология вещей», взяв за основу прозрения социологов-классиков. Как подчеркивает Ирвинг Гофман,

> Мы не можем сказать, что миры создаются здесь и сейчас, потому что независимо от того, говорим ли мы об игре в карты или о взаимодействии в ходе хирургической операции, речь идет об использовании некоторого традиционного реквизита, обладающего собственной историей в большом обществе [Goffman, 1967. P. 27-28. Цит. по: Вахштайн, 2006. С. 14].

Пьем ли мы кофе [Алябьева, 2006], обретаем ли особый опыт жизни в коммунальной квартире [Утехин, 2004], отмечаем ли праздники [Дубин, 2004], вещный мир сообщает социальной жизни устойчивость.

Но все же как можно помыслить город как место (и время) повседневности? Одна линия исследования городской повседневности связана с поиском сути социальности и того, как она, собственно, дана человеческому восприятию. Если мы хотим мыслить повседневность в ее связи с нашим отношением к социальному миру, то мы должны проблематизировать наше внимание к повседневности, увидеть, так сказать, его место и характер.

Эксперты по повседневности единодушно замечают то, что наше внимание – фрагментарно и мимолетно. Во-первых, в городе слиш-

ком многое происходит одновременно, и мы спасаемся от эмоциональных перегрузок поверхностностью внимания. Во-вторых, повседневность складывается из того, что мы и не настроены замечать. Невидимая инфраструктура городской жизни, делающая эту жизнь достаточно упорядоченной и предсказуемой, принимается нами как должное. В-третьих, наше внимание связано с переживанием городской жизни: с обменом мимолетными взглядами, подслушанными разговорами, визуальным пиром летнего города с легкостью и изобретательностью одеяний его обитателей или депрессивностью затянувшейся зимы. Оно также связано с опытом городской жизни и обусловленными им предрасположенностями. И действительно: совершая рутинные действия и передвижения, что мы замечаем? На что на минуту отвлекаемся? Привлекут ли наше внимание выплески спонтанности, скажем, громко кричащие подростки? Остолбенеем ли мы от смелого наряда прохожей? Хмыкнем ли мы заинтригованно, увидев пожилого незнакомца с молодой спутницей? Вглядимся ли тайком в детали жизни обитателей благополучного квартала? Настроены ли мы блюсти приличия или, скорее, удовлетворяя любопытство, «шпионить» за жизнью других? Обличители мы недостатков или замотанные рабочие лошади? В повседневности для всех есть место, но сама эта область жизни содержит противоположные потоки интересов. Во-первых, в ней, если это публичная повседневность, ты – не один, а потому должен считаться с приличиями. Во-вторых, ты не можешь оставить дома самое главное свое содержание – опыт и желания, а потому они, так или иначе, прорываются и делаются явными для других. Отсюда – осмысление повседневности как области конфликта. Одна сторона конфликта – те силы, что принуждают, подсматривают, журят, напоминают, регулируют, штрафуют. Другая – все мы, дорожащие свободой и самовыражением. Эту линию осмысления повседневности создали Зигмунд Фрейд, Анри Лефевр, Ирвинг Гофман, Мишель де Серто.

Именно в повседневности проявляются следы нашего подчинения и нашего сопротивления социальному порядку. Но, может быть, повседневность сама и является сферой доминирования каких-то социальных сил? Именно так ее рассматривают феминистские и другие исследователи, для которых важнее всего – политическая задача критики повседневности как сферы угнетения. В этой работе соединяют усилия философы и исследователи, работающие в области cultural studies. Итальянский философ Джорджо Агамбен, исследовавший те пространства, которые свидетельствуют о том, что в Европе наших дней права человека не выполняются, а его жизнь сведена к животной, пишет:

> Сегодня нам следует ожидать не только появления новых лагерей, но и всегда новых психиатрических регулирующих определений категорий жизни в городе. Лагерь, который сегодня надежно угнездился внутри города – это новый биополитический *номос* планеты [Agamben, 1998. P. 176].

Он призывает социальных теоретиков, социологов, архитекторов пересмотреть в этом свете модели понимания и организации общественных мест мировых городов [Agamben, 1998. P. 181]. Итальянский мыслитель в своей работе *Homo Sacer* проводит интересные параллели между некоторыми установлениями античного римского права и современной демократической политикой. Фигура, вынесенная в название работы, относилась к представителям некоторых социальных групп, которых общество не могло интегрировать, а потому они были вытеснены из правового пространства, они просто жили, являясь, как выражается Агамбен, носителями *нагой жизни*. При этом о них нельзя сказать, что они были *вне закона:* они оставались ни вне, ни «внутри» закона. Почему Агамбен считает эти тонкости римского права значимыми сегодня? Демократическая политика, утверждает он, содержит в себе обещание соединить биологическую и политическую жизнь индивидов. Но это обещание она не выполняет: и сегодня есть группы людей, которые биологически существуют, но их жизнь не имеет экономического или политического значения. К таким группам относятся прежде всего беженцы. Начиная с 1915 года одни европейские государства начали их вытеснять, а другие – видеть в них угрозу собственной целостности. Легитимировать создание этих групп позволяла риторика «чрезвычайного положения», «исключительной ситуации», «особой опасности». Пространством чрезвычайного положения стал лагерь – для перемещенных лиц, концентрационный, для беженцев. Агамбен называет лагерь «матрицей современной политической жизни», подчеркивая, что часто он расположен гораздо ближе к пространствам повседневности, чем этого бы хотелось их обитателям.

Объявленная правительствами многих городов война против наркотиков, преступности, терроризма и бедности выражается не только в повышенных мерах безопасности в аэропортах, на стадионах и концертных залах, но и в кампаниях «нулевой толерантности», сопровождающихся жестким обращением с проблемными группами населения – «цветной» молодежью, безработными, уличными торговцами... Нарушение дресс-кода может стать поводом к надеванию наручников, а «неформальное» поведение – предметом пристального внимания милиции.

Спокойствие, необходимое для повседневной жизни городского обитателя, сочетается со страхом: что, если именно тот магазин, ку-

да ты ходишь за покупками, та ветка метро, которой ты пользуешься, тот аквапарк, куда в кои веки выбрался, станут роковыми для тебя – из-за чьей-то небрежности или злой воли. Амбивалентность повседневности – вот характеристика, которую выдвигают на первый план исследователи города. Настроенность городского обитателя на возможность неожиданной встречи и разъедающая его тревога о будущем и безопасности близких, повседневность как объект неустанного регулирования и пространство для выплесков жизненной энергии, сочетание в ней инерции и традиции, с одной стороны, и неустанных изменений, – с другой, только некоторые проявления этой амбивалентности. Рассмотрим то, каким образом развивалась теоретическая традиция понимания городской повседневности как сочетающей статус-кво и его оспаривание.

Улицы как места обитания коллектива: Вальтер Беньямин

В той индустрии, что сложилась в философии и cultural studies вокруг имени и идей Вальтера Беньямина, доминирует специфический субъект модерного города – фланер [Беньямин, 2000].

Беньямин обнаружил фигуру фланера в текстах Бодлера. У последнего это – горожанин, любопытство и героическое отстаивание собственной самобытности которого делало его эмблемой модерности. Фланерство предполагало такую форму созерцания городской жизни, в которой отстраненность и погруженность в ритмы города были нераздельны, вот почему Бодлер говорит о «страстном зрителе». Беньямин в первой версии своего эссе о Бодлере и городской модерности пишет, что фланер – это старик, лишний, отставший от жизни городской обитатель. Жизнь города слишком стремительна для него, он сам скоро исчезнет вместе с теми местами, что ему дороги: базары сменятся более организованными формами торговли, и старик сам не подозревает, что подобен, в своей неподвижности, товару, обтекаемому покупателями. Позднее Беньямин приходит к более знакомому нам описанию «гуляки праздного», который не спешит по делам, в отличие от тех, с кем его сталкивает улица. Фланера описывали и как привилегированного буржуа, царившего в публичных местах, и как потерянного индивида, раздавленного грузом городского опыта, и как прототипа детектива, знающего город, как свои пять пальцев, и просто как покупателя, с радостью осваивавшего демократичную массовую культуру девятнадцатого века. Но чаще всего фланер наделяется особой эстетической чувствительностью, для которого город – источник нескончаемого визуального удовольствия. Аркады торговых рядов соединяют для него ночь и день, улицу и дом, публичное и приватное, уютное и волнующе-небезопасное.

Фланер – воплощение нового типа субъекта, балансирующего между героическим утверждением собственной независимости и соблазном раствориться в толпе. Причина беспрецедентной популярности этой фигуры – в скандальности ее ничегонеделанья, бесцельных прогулок, остановок около витрин, *глазения*, неожиданных столкновений. Другие-то в это время демонстрируют свою продуктивность, добросовестно трудясь либо проводя время с семьей. «Левых» исследователей образ фланера привлекал потенциалом сопротивления преобладающим моделям поведения, героизмом противостояния бюргерству и негативным диагнозом капитализма. Этот образ вызвал также прилив интереса исследователей к публичным пространствам, в частности, центральным улицам, гуляя по которым, люди становились объектами взглядов друг друга.

Между тем в «Пассажах» Беньямин подробно описывает другого городского субъекта – «коллектив», который постоянно и неустанно «живет, переживает, распознает и изобретает» [Benjamin, 1999. P. 423]. Если буржуа живет в четырех стенах собственного дома, то стены, меж которыми обитает коллектив, образованы зданиями улиц. Коллективное обитание – активная практика, в ходе которой мир «интериоризируется», присваивается в ходе бесконечных интерпретаций так, что на окружающей среде запечатлеваются следы случайных изобретений, иногда меняющих ее социальную функцию. Беньямин остроумно играет аналогиями между жилищем буржуа и обиталищем коллектива, выискивая на улицах Парижа и Берлина своеобразные эквиваленты буржуазного интерьера. Вместо картины маслом в рисовальной комнате – блестящая эмалированная магазинная вывеска. Вместо письменного стола – стены фасадов с предупреждениями «Объявления не вывешивать». Вместо библиотеки – газетные витрины. Вместо бронзовых бюстов – почтовые ящики. Вместо спальни – скамьи в парках. Вместо балкона – терраса кафе. Вместо вестибюля – участок трамвайных путей, на котором рабочие вешают свои жакеты. Вместо коридора – проходной двор. Вместо рисовальной комнаты – торговые пассажи. Дело, как мне кажется, не в попытке мыслителя подобными аналогиями сообщить достоинство жизни тех, у кого никогда не будет «настоящих» рисовальной и библиотеки. Его, скорее, восхищает способность парижан делать улицу интерьером в смысле ее обживания и приспособления для своих нужд. Он цитирует впечатление одного наблюдателя середины девятнадцатого века о том, что даже на вывороченных для ремонта из мостовой булыжниках немедленно пристраиваются уличные торговцы, предлагая ножи и записные книжки, вышитые воротнички и старый хлам.

Беньямин, однако, подчеркивает, что эта среда обитания коллектива принадлежит не только ему. Она может стать объектом ради-

кального переустройства, как это произошло в Париже во время реформ барона Османа. Проведенная Османом радикальная перестройка Парижа отражала увеличение стоимости земли в центральных районах города. Извлечению максимума прибыли мешало то, что здесь издавна жили рабочие. Их обиталища сносились, и на этом месте возводились магазины и общественные здания. Вместо улиц с плохой репутацией возникали добропорядочные кварталы и бульвары. «Османизации» посвящено немало страниц «Пассажей». Да, убеждает читателя Беньямин, хотя материальная среда города радикально изменена, это не значит, что беднота лишилась последних возможностей ее присвоения. Широкие проспекты – не просто навсегда овеществленные притязания буржуазии на господство: они открыты для формирования и кристаллизации культурного творчества пролетарских коллективов. Прежде беднота могла найти для себя убежище в узких улицах и неосвещенных переулках. Осман положил этому конец, провозгласив, что наступило время культуры открытых пространств, широких проспектов, электрического света, запрета на проституцию. Но Беньямин убежден, что уж если улицы издавна стали местом коллективного обитания, то их расширение и благоустройство – не помеха для тех, кому они издавна были домом родным. Рационалистическое планирование, – конечно, мощная, неумолимая сила, претендующая на такую организацию городской среды, которая и прибыль бы гарантировала, и гражданскому миру способствовала. Власти извлекли урок из уличной борьбы рабочих: на мостовых были устроены деревянные настилы, улицы расширены, в том числе и потому, что возвести баррикаду на широких улицах гораздо сложнее, к тому же по новым проспектам жандармы могли вмиг доскакать до рабочих кварталов. Барон Осман победил: Париж подчинился его преобразованиям. Но баррикады выросли и в новом Париже.

Одну часть работы Беньямин посвящает смыслу возведения баррикад на новых, благоустроенных улицах: пусть ненадолго, но они воплотили потенциал коллективного изменения городского пространства. В двадцатом веке, когда память о революционных потрясениях, что легла в основу новых праздников, стерлась, только проницательный наблюдатель может почувствовать связь между массовым праздником и массовым восстанием:

> Для глубокого бессознательного существования массы радостные праздники и фейерверки – это всего лишь игра, в которой они готовятся к моменту совершеннолетия, к тому часу, когда паника и страх после долгих лет разлуки признают друг друга как братья и обнимутся в революционном восстании [Беньямин, 2000. С. 276].

Тем временем власти и коммерсанты разработали другие стратегии взаимодействия с городскими «коллективами». Разнообразные блага цивилизации становились все более доступными в складывающемся обществе потребления: активно, в качестве именно «народных праздников», проводились всемирные и промышленные выставки, во время которых «рабочий человек как клиент находится на переднем плане» [Беньямин, 2000. С. 158]. Так складывались основы индустрии развлечений. Вторым значимым средством эмансипации городских обитателей стал кинематограф, как нельзя лучше отвечавший тем сдвигам в механизмах восприятия горожан, которые пришлись на рубеж девятнадцатого и двадцатого столетий. О массовом предназначении нового искусства свидетельствует не только тот факт, что первые кинотеатры возникли в рабочих кварталах и иммигрантских гетто, но и то, что в 1910–1930-х их строительство активно шло параллельно в центре городов и в пригородах.

В «Произведении искусства в век механической воспроизводимости», читаем:

> Наши пивные и городские улицы, наши конторы и меблированные комнаты, наши вокзалы и фабрики, казалось, безнадежно замкнули нас в своем пространстве. Но тут пришло кино и взорвало этот каземат динамитом десятых долей секунд, и вот мы спокойно отправляемся в увлекательное путешествие по грудам его обломков [Беньямин, 2000. С. 145].

Выставки и кинотеатры, а еще универмаги – места фантасмагории, места, куда люди приходят, чтобы отвлечься и развлечься. Фантасмагория – эффект волшебного фонаря, создающего оптическую иллюзию. Фантасмагория возникает, когда умелые мерчандайзеры раскладывают вещи так, что люди погружаются в коллективную иллюзию, в мечты о доступном богатстве и изобилии. В опыте потребления, главным образом, воображаемого, они обретают равенство, забывая себя, становясь частью массы и объектом пропаганды. «Храмы товарного фетишизма» обещают прогресс без революции: ходи меж витрин и мечтай, что все это станет твоим. Кинотеатры помогут избавиться от чувства одиночества.

Эстетическое и повседневное

В городах повседневная жизнь подверглась *коммодификации* (или *товаризации* – встречается и такой вариант перевода слова *commodification*). Начало эстетизации как мира товаров, так и мира повседневности, было положено, согласно Беньямину, в XIX веке с созданием первых универсальных магазинов, в которых отрабатывались стратегии привлекательной раскладки новинок, с нарастанием

ценности балконов, с которых можно было обозревать толпу в безопасном отдалении от запахов и столкновений. Производство вещей и социальное воспроизводство, массовое потребление и политическая мобилизация – в представлении Беньямина все это соединяется в городском пространстве. Знаменитый фланер интересен мыслителю и своей завороженностью изящными мелочами, умело расположенными в витрине и на прилавке. Мечты фланера – и о деньгах, на которые все это можно купить. Описывая в эссе «Париж, столица девятнадцатого столетия» места, в которых индустрия предметов роскоши нашла возможность показать свои достижения – пассажи и торговые выставки – Беньямин демонстрирует истоки большинства используемых сегодня способов рекламы товаров и соблазнения покупателей. Так, говоря о том, что при отделке пассажей «искусство поступает на службу к продавцу», Беньямин предвосхищает размах, с каким большинство сложившихся в рамках искусства стратегий организации зрительного восприятия транслируется и используется визуальной культурой с коммерческими целями. Частью этого процесса становится то, что «фотография, в свою очередь, резко расширяет, начиная с середины века, сферу своего товарного применения» [Беньямин, 2000. С. 157]. Этим достигается «утонченность в изображении мертвых объектов», что кладется в основу рекламы, и придается необходимый ореол «specialite» – эксклюзивной товарной марке, появляющейся в это время в индустрии предметов роскоши» [Там же. С. 159].«Эксклюзивность», «элитарность», «стильность» – слова, которыми с середины позапрошлого века и поныне пестрят билборды и рекламные проспекты. «Эксклюзивность» девальвировалась от неумеренного употребления, и вот уже в рекламе возводимого жилого дома мы читаем «исключительный». Слова все же второстепенны по отношению к качественному изображению, способствующему, как выразился Беньямин, «интронизации товара»: сегодняшняя журнальная индустрия является плотью от плоти культуриндустрии, опора которой на клише и повторения уже знакомых потребителям сюжетов и ходов, была описана другими представителями критической теории – Адорно и Хоркхаймером. Еще в 1940-е годы ими была отчеканена формула, хорошо, как мне кажется, описывающая суть и постсоциалистического культурного потребления:

> Градация жизненных стандартов находится в отношении точного соответствия со степенью связанности тех или иных слоев и индивидов с системой [Адорно, Хорхаймер, 1997. С. 188].

Эстетизация охватывает такие тенденции, как театрализацию политики, повсеместную стилизацию и «брендинг», а самое главное – рост значимости видимости субъектов и тенденций в публичном

пространстве и нарастание общей зависимости от тех, кто определяет, кто, что и на каких условиях может быть показано. Согласимся с тем, сегодня именно эстетическое измерение происходящего выходит на передний план, как если бы эстетические ценности настолько поднялись в общей иерархии ценностей, что их преследование искупает многочисленные жертвы. Проблема не в том, какой стиль и где продвигается, но, скорее, в том, что стиль используется – открыто и скрыто – даже в тех областях, где прежде царила голая функциональность. Эстетизация облика людей, объектов повседневности, городского пространства и политики в качестве доминирующей тенденции фигурирует в наши дни в самого разного рода текстах в качестве само собой разумеющегося аргумента. Эстетика – в виде дизайна – проникает сегодня повсюду, не будучи уже достоянием только общественной, финансовой или культурной элиты: «В некотором смысле эстетическим, убийственно эстетическим, оказывается все» [Бодрийяр, 2006. С. 106]. Продвижение приятных для наших чувств (и прежде всего зрения) субъектов, предметов и интерьеров становится поистине повсеместным. Способы, какими красота и чувственность, совершенство и роскошь сегодня востребованы, весьма разнообразны, а пути, какими люди побуждаются платить за них, достаточно изощренны. Однако, в их основе, по мнению критиков эстетизации – универсальный механизм

> низведения <…> до степени всего только объектов администрирования, которым заранее формируется любой из подразделов современной жизни вплоть до языка и восприятия [Адорно, Хорхаймер, 1997. С. 56].

Не этим ли механизмом сегодня равно определяются и манипулирование электоратом, и «мерчандайзинг», когда единственный путь к нужному товару в магазине предполагает знакомство со всем ассортиментом, а запах кофе или корицы с яблоками в магазине побуждает к импульсивным покупкам? Задача создания эстетической атмосферы стоит перед стилистами и дизайнерами, политтехнологами и косметологами, осветителями и экспертами, бухгалтерами и рекламщиками, PR-специалистами и оформителями – всеми теми, кто включены в значимый для позднего капитализма процесс деланья из вещей чего-то большего, нежели просто полезные и осязаемые предметы. Эстетизация наращивает как прибавочную стоимость товаров (без подобающей наружности сегодня не будет продан ни один продукт, а эпитет «дизайнерский» часто означает лишь «более дорогой»), так и их потребительную стоимость: пользование и любование вещами сегодня нерасторжимы. «Стильность» и понимание того, как ее найти, подчеркнуть, продать, продвинуть, навязать, со-

ставляют одно из определений того различия, которое «новые культурные посредники», как их называл П. Бурдье, настойчиво проводят между собой и своими клиентами. Порождать желание и стимулировать новые и новые круги потребления – вот их задача. В итоге практики повседневности, включая и «контркультурные», профессионализуются и коммодифицируются.

Повседневность как пространство спонтанности и сопротивления: Анри Лефевр и Мишель де Серто

Французский неомарксистский философ Анри Лефевр говорит о «бюрократии контролируемого потребления», об объединении сил рынка и правительственной власти. Он исследует потенциал повседневной спонтанности: способна ли она противостоять структурам угнетения и рутине обыденности? Повседневность, когда она свободна от рутины и близка по смыслу содержательному досугу, «предполагает самобытный поиск – и неважно, умелый или неуклюжий – стиля жизни, а возможно и искусства жизни, рода счастья» [Lefebvre, 1992. P. 58].

Лефевр считал повседневность главным углом зрения, под каким следует рассматривать город. Он полемизировал с той традицией осмысления повседневности, которая сложилась в европейской философии во второй половине XIX – начале XX века. Она задана трудами С. Кьеркегора, Ф. Ницше, Г. Зиммеля, М. Шелера, М. Хайдеггера, Ж.-П. Сартра. В ее основе – дихотомия подлинности индивидуального самопреодоления и неподлинности повседневного существования с оглядкой на других [Трубина, 2004а, 2004в]. Находясь под влиянием Хайдеггера, Лефевр все же возражает против тезиса о неподлинности повседневности. Повседневность – это «реальная жизнь», происходящая «здесь и сейчас», это место встречи человека и истории. У философии есть долг: начав с анализа повседневности, обрести интеллектуальные орудия понимания современности и ее изменения. «Конкретность» повседневности и ее творческая энергия должны лечь в основу соединения интеллектуальных и материальных аспектов жизни.

Время повседневности – одновременно кумулятивно и некумулятивно, непрерывно и прерывно. Что же накапливается в повседневности? Это прежде всего зафиксированный в языке исторический опыт. За счет него люди включаются в процессы труда и потребления. Они застают сложившимися языковые системы и культурные формы, в которых отложился господствующий социальный порядок. Язык и культура побуждают людей к усвоению овеществляющего взгляда на самих себя как пассивных существ, которым лучше бы примириться с существующим – здесь Лефевр толкует об

отчуждении и реификации [Lefebvre, 1990. С. 324]. «Длинное» время повседневности проявляется в архаических временных циклах, связанных с ритуалами, ритмами жизни тела, традиционными символами. Связь в нем прерывности и непрерывности – в том, что, с одной стороны, оно образовано следующими друг за другом событиями, с другой стороны, в нем всегда возможны кризис, разрыв, обновление. Это значит, что от своих носителей – людей – повседневность требует не только способности к постоянной адаптации, но и способности к соприкосновению с различными историческими длительностями и пространственными образованиями. Сфера повседневной жизни локальна и локализуема, настаивает Лефевр [Lefebvre, 1991. P. 366]. На нее «давят» отношения, преобладающие в обществе «в целом» – эксплуатация, доминирование, защита и подавление. Но то, что повседневная жизнь пространственно воплощена, содержит в себе и залог освобождения. Каким образом?

Лефевр, насколько я понимаю, считает, что включенность индивидов и групп в повседневную жизнь того или иного квартала неразрывна с их осведомленностью о том, как дела здесь обстояли прежде, кто чем владел, кто где жил, кто чем занимался. Это, во-первых, заостряет их историческое сознание, во-вторых, позволяет им видеть противоречия и сформировать адекватное социальное сознание. Чем лучше они осознают происходящее, тем более вероятно, что они встанут на путь революции. Отчуждение, которым чревата повседневность, может быть преодолено с помощью тех ресурсов, которые она в себе содержит. У понятия повседневности, тем самым, выдвигается на первый план политическое измерение: призывы к изменению жизни, считает Лефевр, – ничто без создания подходящих пространств. Урок советского конструктивизма, считает он, – в демонстрации взаимосвязи между новыми социальными отношениями и новым типом пространства [Lefebvre, 1991. С. 59]. Пространства повседневности – как раз такие пространства: они годятся для изменения, идет ли речь о рутинных практиках или материальных компонентах. Как и все городское пространство, они соединяют «близкий порядок» и «отдаленный порядок», то есть, с одной стороны, практики индивидов и групп, а с другой стороны, – институциальные практики [Lefebvre, 1990].

Как Лефевр объясняет необходимость изменения повседневности? С его точки зрения, капитализм создает, «производит» для себя особое, «абстрактное» пространство за счет наложения ограничений на ритмы повседневности. В итоге образуется три типа пространства: 1) пространственные практики (они создают повседневность, ибо именно за их счет воспроизводятся общественные отношения), 2) репрезентации пространства (упорядочивающие пространство виды

знания, репрезентаций и дискурсов) и 3) пространства репрезентации (или репрезентационные пространства). Этой триаде пространственных терминов соответствует триада модальностей постижения городской реальности – воспринимаемое, понимаемое и проживаемое.

О первом типе он рассуждает так. Если ты знаешь, что такое «торговый центр», «на углу», «рынок», то ты владеешь соответствующей пространственной практикой ориентации среди городских улиц или шоппинга. Второй тип – карты, чертежи, модели, расчеты, используемые экспертами-профессионалами, создающими и преобразующими пространство. Третий тип включает эмоционально нагруженные образы, символы и смыслы, мифы и легенды (все это можно было бы назвать культурными пространствами, но Лефевр считает, что использование этого слова не только ничего не проясняет, но и запутывает дело). Святые и проклятые, мужские и женские, прозаические и фантасмагорические места – их объединяет укорененность в истории, – и общей, и индивидуальной.

Большинство профессионалов, с грустью констатирует Лефевр, заняты репрезентациями пространства. Лишь некоторые озабочены репрезентационным пространством. И немудрено: если репрезентации пространства предполагают владение ремеслом и возможность продемонстрировать профессиональную компетентность, то репрезентационное пространство «непосредственно *проживается* через связанные с ним образы и символы», а потому – это пространство не только

> «обитателей» и «пользователей», но также и некоторых художников и, возможно, тех, кто, как некоторые писатели и философы, *описывают* (здесь и выше курсив автора. – *Е.Т.*), и не стремятся к большему [Lefebvre, 1991. P. 39].

Так, он противопоставляет Ле Корбюзье, технократическая суть архитектуры которого у него не вызывала сомнений, и Фрэнка Ллойда Райха, создавшего «коммунитарное репрезентационное пространство, восходящее к библейской и протестантской традиции» [Lefebvre, 1991. P. 43]. В домах, спроектированных Райхом (вроде его собственного, расположенного в пригороде Чикаго Оак-Парк), захотели бы поселиться многие: столь они совершенно спланированы и оформлены. Но для последовательного марксиста, каким стремится быть Лефевр, творчество Райха отнюдь не бесспорно, в том хотя бы смысле, что дома стиля «прерия», бесспорно, составили эпоху в архитектуре, но предназначались-то для элиты. А вот были ли когда-то созданы репрезентационные пространства, предназначенные для коллективного проживания? Какие «образы и символы», – спросим мы, – доводится проживать обитателям спального микрорайона? Ка-

ким «художникам и философам» хочется описать «пользование» таким пространством? Идею «проживаемого пространства», за признание значимости которого страстно боролся Лефевр, трудно узнать на продуваемых ветром бетонных просторах.

Лефевр прослеживает два параллельных процесса: нарастание абстрактности представлений о пространстве и подверстывание человеческих телесности и чувственности под идеологические и теоретические нужды. Города в итоге становятся равнодушными к плоти своих обитателей, а тела опустошаются: технократы-планировщики, пытаясь все предусмотреть в своих расчетах, слишком часто делают тела лишь объектами контроля и регулирования. Планы архитекторов, замыслы планировщиков, амбиции властей (репрезентации пространства) и воспринимаемый мир пространственных практик, как правило, находятся в конфликте. Репрезентации побеждают гораздо чаще, так что можно говорить о своеобразной «колонизации» повседневности теми, кто сначала на бумаге воплощает свои, специфические о ней представления, а затем принимается за переустройство жизни:

> Поскольку единственные совершаемые улучшения – техническое усовершенствование деталей (например, частота и скорость транспортировки или частично улучшенные удобства); короче говоря, поскольку единственная связь между рабочими пространствами, пространствами свободного времени и жилыми пространствами задается инстанциями политической власти и их механизмами контроля, постольку проект «изменения жизни» должен оставаться не более, чем политическим призывом, выдвигаемым или оставляемым в соответствии с нуждами момента [Lefebvre, 1991. P. 59].

Но творческие проявления телесности («жизнь без теорий», как выражается Лефевр) могут сломать этот грустный расклад, так что тела погруженных в повседневность людей не только опосредуют взаи-модействие практик и репрезентаций, но и могут его изменить. Главный вектор этих позитивных изменений – расширение спектра желаний, которые в городах можно удовлетворить, так что их населяли бы не только работники, но и не чуждые разнообразных страстей субъекты. Повседневная жизнь обладает праздничным потенциалом, его только нужно высвободить.

Рассуждения Лефевра трогают своим идеализмом и огорчают допущением, что разрыв между повседневностью и властными структурами – это в конечном счете классовый разрыв. Его возмущает молчание «пользователей» городского пространства, смирившихся с тем, что оно преобразуется в соответствии с планами и представлениями властвующих:

> Почему они позволяют манипулировать собой так, что это наносит ущерб их пространствам и их повседневной жизни, не отвечая на это массовым восстанием?… Скорее всего, такое странное равнодушие достигается посредством отвлечения внимания и интересов пользователей, бросания подачек в ответ на их требования и предложения или поставки суррогатов для удовлетворения их жизненных потребностей [Lefebvre, 1991. P. 51-52].

Мишель де Серто не уверен, что горожане могут проявить свою креативность лишь в массовом восстании. Его объединяет с Беньямином (и ситуационистами) допущение о том, что городские обитатели могут ежедневно оспаривать рациональность капиталистического города и даже сопротивляться ей. Ему интереснее те повседневные изобретения и приспособления, которыми люди отвечают на подавление здесь и сегодня. Пространства повседневности таковы, что в них проявляется культурная логика, считает де Серто. Иногда, правда, «неясные переплетения повседневного поведения» препятствуют ее раскрытию. Для этого приходится занять по отношению к ним дистанцию – подняться, к примеру, на смотровую площадку знаменитого нью-йоркского небоскреба. До неба так близко, что небоскребы кажутся гигантскими буквами, на нем начертанными, а город раскрывается всевидящему взору как огромный текст. Где-то далеко внизу желтеют бесконечные такси и можно только догадываться о том огромном множестве тел, что пишут городской текст, не читая его. «Обычные практики» города, как называет пешеходов де Серто (в том смысле, в каком мы говорим «врач-практик») обитают в пространствах, которые не осознают, обладают их «слепым знанием», и вместе – своими телами – создают пространственные сети, или поэмы. Процессы, организующие обитаемый город, совершаются вслепую, никто их не создает и никто их не наблюдает. Как далеки они от «геометрических» или «географических» пространств, создаваемых, например, теоретическими конструкциями и от единообразной упорядоченности пересечений улиц, которая открывается взгляду с высоты. «Постоянно взрывающаяся вселенная» [De Certeau, 1984. P. 91] – вот как де Серто называет то, что происходит внизу, у подножия небоскребов. Разнообразие практик реальных людей и пестрота историй, которые эти практики образуют, взрывает единообразие и ясность панорамного традиционного представления о городе.

Де Серто противопоставляет этой абстрактной, спланированной, читаемой пространственности «другую», включающую антропологическое и поэтическое освоение города. Безымянный прохожий – господин повседневности, он ее проживает и создает ему присущими формами обитания в городе, не пытаясь их интерпретировать или пе-

реводить на научный язык. Нечитаемость и невидимость – вот, что создает повседневность. Ошибаются те, кто считают, что повседневность можно представить, составляя, к примеру, перечни вещей. Пространственные практики обитателей города оплели весь его невидимой сетью. Какие-то из них можно снять на камеру, описать, заморозить во времени, но самонадеянно считать, что их можно прочитать и осмыслить. Это все равно, что считать карту тождественной территории. Затрудняет их прочтение и то, что они – не рутинное повторение раз и навсегда отработанных приемов, но постоянное приспособление к тому, что навязано, обходные маневры и уловки тех, кто «тоже тут живет» и кто, как может, сопротивляется попыткам регулирования. Де Серто называет такие практики «*тактиками*» – «искусством слабых». Пространство, где применяются тактики, – «чужое», подчиняющееся правилам чуждой людям власти. Так что тактики – это маневры «в поле зрения врага», это использование углов, скрытых от наблюдения [De Certeau, 1984. P. 37]. Мыслитель считал, что эти сферы автономного действия, объединенные в «сети антидисциплины», противостоят монотонности несвободной повседневности. Тактики используются «непризнанными создателями, поэтами своих собственных дел», прокладывающих свои проходы в «джунглях функционалистской рациональности» [Ibid]. Тактики – неформальное использование городских пространств, их присвоение через занятия, не предусмотренные создателями. Сегодня не столько тактики пешеходов, сколько тактики водителей могут служить иллюстрацией. Шоссе и дороги предусмотрены для «стратегического» перемещения из одного пункта в другой. Каким, однако, тактическим разнообразием отмечено поведение людей на дорогах: они флиртуют, выпендриваются, играют с детьми, говорят по телефону (тактики такого говорения могут быть, в свою очередь, различными), слушают музыку, смотрят фильмы... Создатели пространств используют «стратегии». Их пользователи – «тактики». Те и другие могут и сочетаться в деятельности людей: первые – систематическая целенаправленная деятельность, связанная с достижением долговременных целей, вторые – непосредственные действия, связанные с конкретными и кратковременными задачами.

Де Серто использует термин «пространственные истории», чтобы подчеркнуть взаимозависимость текстовых повествований и пространственных практик. По мере того как люди прокладывают себе путь от одной точки города к другой, они создают личные маршруты, насыщенные смыслом. Познакомить других с этим смыслом можно посредством письма. Личные маршруты («пространственные практики») «тайно структурируют определяющие условия социальной жизни» [Ibid. P. 96]. Создатели текстов о городах, выбирая метафоры, создавая противопоставления, выделяя одно и опуская

другое, создают истории, которые впоследствии становятся легендами или суевериями, что добавляет описываемым в них пространствам глубину и значимость [De Certeau, 1984. P. 106-107]. Передвигаясь в рамках физического и социального пространств, каждый из нас несет с собой воспоминания, предчувствия, прихотливые ассоциации. Рано или поздно та часть города, в которой мы обитаем ежедневно (у большинства это маршрут «работа-дом») становится аналогом нашего личного биографа: в ней материально зафиксированы значимые для нас места. Аналогия с такими текстами, как альбом фотографий (или папка с фотографиями в компьютере) или дневник (или, опять же, блог), здесь очень сильная. Есть места (страницы, снимки), которых мы избегаем. Есть места, которые мы помним другими. Как раз об этом, о том, что наша память и городские места перформативно соединяются каждый раз, когда мы в них оказываемся, мыслитель пишет так:

> Память – это лишь странствующий Прекрасный Принц, кому случилось пробудить Спящую Красавицу – истории без слов. «*Здесь была* булочная». «А вот здесь *жила* старая миссис Дюпуи». Нас удивляет факт, что места, в которых жили, наполнены присутствием отсутствий. То, что мы видим, означает то, чего уж нет: «*Посмотри*: здесь было…», но больше этого не увидеть… Каждое место преследуют бесчисленные призраки, затаившиеся в молчании, чтобы быть или не быть «вызванными». Человек *населяет* только призрачные места [Ibid. P. 143-144, курсив и кавычки в оригинале)].

«Призрачные» места оживляют призраки людей, мест и событий, из которых состоят наши биографии и взаимодействие с освоенной частью города. Воспоминания и предвосхищения вплетены в пространственный опыт и повседневные практики, делая каждого из нас носителем «длинного» времени повседневности и сообщая нам чувство укорененности в обжитом пространстве.

«Музей наизнанку»: «призраки» исчезнувшей повседневности посреди повседневности настоящей

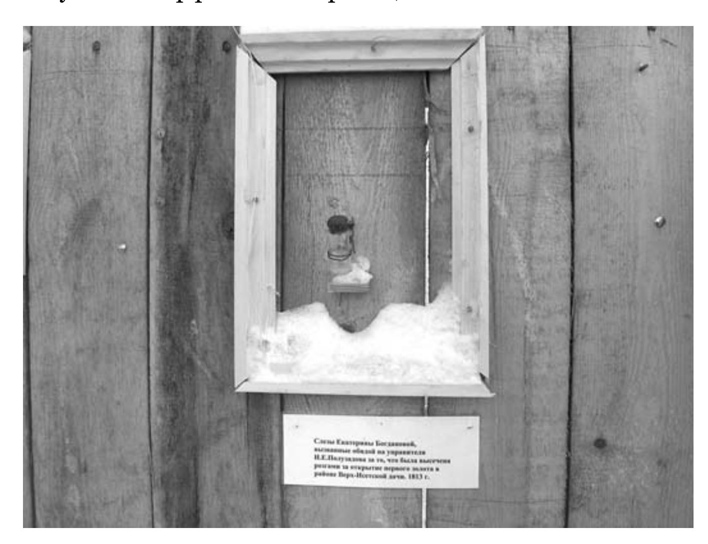
Позволю себе кратко проиллюстрировать рассмотренные идеи эпизодом из культурной жизни Екатеринбурга.

Задача сообщения непримечательным городским участкам и местам значительности часто стоит перед работниками культурной индустрии города. Она решается возведением скульптур, установкой мемориальных досок, придумыванием новых экскурсий и выставок, проведением художественных акций. Как правило, все эти меры связаны с реально существовавшими персонажами и эпизодами, о которых создаются истории. Этот процесс редко бывает свободен от мифо-

логизации прошлого того или иного города. Ряд представителей культурной индустрии Екатеринбурга решили «обнажить прием», организовав выставку-мистификацию.

В ноябре – декабре 2004 года, пока шла реконструкция здания Музея истории Екатеринбурга, художница Елена Гладышева и куратор проекта, сотрудник музея Раиса Зорина, с помощью студентов соседней Архитектурной академии на временном деревянном заборе, окружавшем стройку, разместили «брутально» оформленные, в грубых деревянных рамках, экспонаты, воплощающие невозможность расчленения были и легенды в наших отношениях с прошлым, в том числе с той его материальной «пылью», как выражается Бродель, для всего объема которой просто не найдется места в музеях.

Не получается ли, что именно эта «пыль», то есть вещи случайные и эфемерные, соединяются в современном социальном воображении с обсуждаемыми Де Серто «призраками» городской повседневности? Авторы выставки исходили, кажется, именно из этой идеи. Музейными экспонатами стали «призраки прошлого», которые редко находят последний приют в музеях настоящих: слезы (*Ил. 1*), пена от выпитого шампанского, запахи, даже отражение света «красного фонаря». Подчеркнутая материальность экспонатов импровизированного музея – кошмы, кожи, кирпичей, цемента, металла – была тоже сымитирована, чтобы усилить эффект мистификации.



Ил. 1. Табличка под этим экспонатом гласила: «Слезы Екатерины Богдановой, вызванные обидой на управителя И.Е. Полузадова, за то, что была высечена розгами за открытие первого золота в районе Верх-Исетской дачи. 1813 год».

То, что выставка и забор располагались на одной из самых оживленных улиц Екатеринбурга, придало этой акции дополнительную объемность: повседневность сегодняшняя была, так сказать, поставлена лицом к лицу с повседневностью ушедшей. «Призраки» напомнили о себе материально, но не навязчиво. Вот примеры музейных экспонатов: «Образец железной руды из шахты, изображенной на первом гербе города. 1781 год», «Фрагмент трубы первого городского водопровода. Декабрь 1925», «Отпечаток уха, слышавшего голос И.С. Козловского в свердловском театре оперы и балета в 1925 году», «Заколка для галстука, оброненная В.В. Маяковским, во время выступления в Свердловске. 1928 год», «Рукавица первостроителя Уралмашзавода. 1930», «Чулок М. Плисецкой, оставленный в репетиционном зале. 1942 год», «Недокуренная сигара, забытая Ф. Кастро во время пребывания в нашем городе. 1963 год», «Каркас погремушки миллионного жителя (23 января 1967 год) города Свердловска», «Струна от дежурной гитары свердловского рок-клуба, на которой играли группы "Урфин Джус", "Трек", "Наутилус Помпилиус", "Чайф", "Настя", "Агата Кристи"».

Публика не осталась равнодушной: случайные ошибки в пояснениях энергично исправлялись чернилами, редко, когда тротуар перед забором пустовал, заводились разговоры, завязывались и споры (*Ил. 2*). Характеристикой *нашей* повседневности явилось и то, что некоторые экспонаты исчезли.



Ил. 2. Этих посетителей выставки возмутил ее мистификаторский характер.

Репрезентируемое и нерепрезентируемое в повседневности

Картина повседневности, нарисованная де Серто, несет на себе отчетливый отпечаток «поворота к языку»: не только городская реальность всегда уже истолкована, представая перед нами в тех или иных вариантах языковой репрезентации, но и чтение и речь выступают фундаментальными операциями городского существования:

> Рассказы о путешествиях одновременно воспроизводят топографию действий и порядок общих мест. Они являются не только «приложением» к непритязательным «пешим» высказываниям и риторике. Они не просто замещают эти последние и переводят их в область языка. Они фактически организуют наши перемещения. Повествования слагают путь прежде всего или по мере того, как ноги его проходят [Де Серто, 2004. С. 78].

В речи прогулок пешеходы непредсказуемо проговаривают город – в противоположность зафиксированности созданного планировщиками городского языка – его инфраструктуры, расположения улиц. Однако обитатели города «говорят», принимая как должное правила своей речи, обладая, повторим, «слепым знанием» и образуя с другими горожанами «неясные переплетения». Только тем, кто создает повествования, дано восстановить «читаемость» тех или иных мест, расправить складки сложенных в них веков и вернуть прошлое этих мест тем, у кого оно было украдено. Не получается ли тогда, что де Серто (вместе с Беньямином и Лефевром) создали влиятельное урбанистическое метаповествование, в рамках которого власти и обитатели города замкнуты друг на друга в бесконечном противостоянии: первые регулируют и организуют, вторые, импровизируя, сопротивляются, не вполне себе в этом отдавая отчет, а потому находясь в ожидании рассказчика о своем уделе?

Австралийский исследователь в области cultural studies Меган Моррис упрекает де Серто в том, что он, при всем безусловном вкладе в исследования повседневности, предложил слишком универсальный взгляд и обусловил возникновение специфического, неизбежно банального, дискурса о ней: «обычное – более не объект анализа, но место, из которого производится дискурс» [Morris, 1990. P. 35]. Исследования повседневности, намеревавшиеся противостоять капиталистической рациональности, все же сами от нее не свободны. На тексты о повседневности существует устойчивый спрос, а инерция и интересы издательского рынка приводят к возникновению потока весьма однотипных урбанистических сочинений. Ирония в том, что описания повседневности сами рискуют стать частью повседневного пейзажа, воспроизводя одни и те же мыслительные ходы об удовольствии, импровизации и сопротивлении. Если же говорить не о со-

циологии городских исследований, но собственно о содержании теории де Серто, Моррис полагает, что она основана на ряде оппозиций, и это обнаруживает ее чрезмерную абстрактность. «Верх» и «низ», система и процесс, планирование и жизнь, теория и практика, синхрония и история, структура и история, теория и история (story) – в каких конкретно пространствах воплощаются первые и вторые члены этих оппозиций? Не получается ли, что чем дальше «вниз», в гущу городской повседневности, тем сложнее обнаружить в ней царство пешеходов, нарисованное де Серто? Исследовательница сомневается в том, что «пространственное распределение функций», таких как «смотрение / движение, наблюдение / действие, картографирование / функционирование», осуществленное де Серто в его теории городской повседневности, можно продуктивно приложить к конкретным городским пространствам, таким, как австралийские пригород или торговый центр. При всей похожести друг на друга каждое из этих мест обладает специфическими историями и функциями. Мужчины и женщины развивают отличающиеся эмоциональные связи с этими местами, которые вряд ли сможет прочитать «гуляющий грамматик, считывающий сходства между местами» [Morris, 1998. P. 67].

Еще более масштабно несогласие с идеями де Серто, которое выражает Найджел Трифт. Де Серто уверен в том, что текст городской жизни можно прочитать. А Трифту самыми значимыми кажутся «нерепрезентируемые» измерения городской жизни, то есть ее материальная среда, инфраструктура и те аспекты человеческого существования, которые ускользают и от осознания и от воплощения в языке. Главная претензия Трифта к де Серто состоит в том, что именно язык считается у того главным ресурсом социальной жизни. Автор так называемой не-репрезентативной теории, Трифт намерен избежать ловушек традиционного репрезентационного мышления, то есть, к примеру, поиска все новых многочисленных примеров культурного маркирования городского пространства. Что же он предлагает? Рассматривать город как поле действия множественных сил, человеческих и нечеловеческих, как совокупность самых разнообразных компонентов, среди которых человеческое и социальное отнюдь не всегда лидируют.

> Урбанизм повседневности должен проникнуть в смешение плоти и камня, человеческого и не-человеческого, недвижного и текучего, эмоций и действий [Amin and Thrift, 2002. P. 21].

Соответственно, взгляд на город де Серто и других кажется Трифту чересчур «гуманистическим», то есть чересчур человекоцентристским. Поиск проявлений человеческого и человечности в гуще повседневности чересчур подчинен господствующим повествовательным рамкам, которые приводят к тому, что исследователь (сам де Серто и

те, кто работают в его традиции) рисует «маленького» простого человека. Вспомним еще раз: тактики – это уловки слабых. Увидеть в жизни «слабых» человеческое – значит воссоздать поэзию повседневности, проявляющуюся не столько в практиках, сколько в легендах и памяти о тех или иных местах. Но и люди, и практики, и легенды видятся в этой традиции стиснутыми системой, зарегулированными директивами, надзираемыми полицией. Трифт же, как и создатель теории акторов-сетей Брюно Латур, вообще не расположены воссоздавать логику той или иной системы, будь то город или общество в целом. Как они с Ашем Амином пишут в недавней книге, «нам неинтересны системы: это слишком часто предполагает, что у городской жизни есть какая-то имманентная логика» [Amin and Thrift, 2002. P. 2]. Вместо этого – фокус на «многочисленных систематизирующих сетях», лишь предварительно упорядочивающих теоретическое видение города. Различение же между большим и малым, практиками и системой, мобильностью и инфраструктурой, на которой основаны идеи де Серто – слишком жестко и метафизично. Другое дело, что пока еще неясно, сколько и каких исследователей может привлечь идея о том, что

> большую часть жизни в городе составляет, скорее, механическая циркуляция тел, объектов и звуков речи, равно как и наличие и регуляция в ее недрах транс-человеческой и неорганической жизни (от крыс до канализации) [Ibid. P. 228].

Более конкретное исследование, которое Трифт предпринимает в полемике с де Серто, нацелено продемонстрировать, что тот неправ еще и в том, что именно прогулки сделал архетипической городской практикой в век, когда люди не столько ходят, сколько добираются от места к месту на машине [Thrift, 2008. P. 75-88]. «Поворот к материальности» как главный фокус исследования города сегодня (и Трифт, безусловно, – один из ключевых его участников) – это внимание к материальным аспектам городской среды, их активной роли в повседневности. Автомобиль, конечно же, может считаться здесь ключевым агентом. Это автомобилизация определяет то, как город освещается и размечается. Это автомобилисты выработали свой особый язык, который невозможно свести к основным культурным кодам. Но, возможно, еще более интересен в этом контексте своеобразный симбиоз человека и машины, в котором идентичности того и другого участника нерасторжимо переплетены, что порождает разнообразные эмоции, связанные с тем, что машина становится проекцией тела водителя. Там, где вождению способствуют бортовой компьютер и GPS-навигатор, агенто-подобные качества машины становятся еще более выражены, их становится бессмысленным рассматривать – в духе cultural studies 1970-х годов – только как культурную проекцию сексуальных фантазий или статусных амбиций. Машина тем самым

становится вариантом тех городских мест с историями и богатыми функциями, о которых увлеченно писал де Серто. С музыкальной системой (иногда и видео), контролем климата, совершенством эргономики интерьера, коммуникатором – автомобиль, с одной стороны, делает его обладателя автономным, а с другой стороны, помещает, вместе с другими, его на карту, делая видимым и прослеживаемым издалека – родными, полицией, другими автомобилистами. Что тогда остается невидимым в повседневности? Трифт предлагает, скорее, говорить, во-первых, о разных типах видимости, во-вторых, о том, что повседневное поведение отнюдь не всегда неторопливо и отнюдь не всегда находится «по месту жительства», и, в-третьих, что автомобилизация, при всех тех сложностях, которые она привносит в жизнь города, несомненно открывает новые возможности свободы.

Здесь, однако, неизбежно возникает вопрос о цене этой свободы в век непрерывно растущих цен на бензин и других проявлений глобальной взаимозависимости земных обитателей. Воспроизводит ли метанарратив повседневности, стиснутой меж тисками власти, британский социолог Зигмунд Бауман, рассуждая о повседневной жизни, когда он говорит о том, что все мы – «заложники» экспертных знаний и технологий, потребность в которых поддерживается рыночной экономикой? Тогда недостатки городской среды становятся проблемами улучшения нашей собственной жизни:

> Невыносимый шум уличного движения превращается в необходимость вставить двойные рамы. Загрязненный городской воздух связывается с необходимостью покупки глазных капель… То, что общественный транспорт приходит в негодность, наводит на мысль о покупке автомобиля, а вместе с тем и об увеличении шума, еще большем загрязнении воздуха и усилении болезненного нервного напряжения, равно как и о еще большем расстройстве общественного транспорта [Бауман, 1996. С. 214-215].

На даче или в путешествии, за чтением или во время волнующего производственного совещания горожане на время снимают с себя «вес» города – только чтобы, импровизируя и приспосабливаясь, возмущаясь и мечтая, вновь ощутить его тяжесть.

Некоторые итоги

Взгляд исследователя на повседневность нередко обусловлен как его более общими теоретическими задачами, так и социально-культурным контекстом. Дух 1960-х годов воплотился в критичности и утопизме, присущим позиции Анри Лефевра, а в поисках Мишелем де Серто следов сопротивления капиталистической рациональности парадоксально проявились и влияние структурализма, и стремление

видеть в горожанах способных к деятельности субъектов. Романтическая увлеченность Де Серто и его многочисленных последователей проявлениями неожиданного и непредсказуемого в повседневности сменилась более трезвыми описаниями «микровласти» повседневности, из которых следовало, что повседневность вряд ли стоит поэтизировать и наделять аутентичностью, делая из нее абсолютную противоположность системе власти. Конец двадцатого столетия отмечен стремлением оспорить уверенность в возможности описать общие механизмы городской повседневности в рамках одной теории (это проявилось в критике идей де Серто со стороны Меган Моррис) и доказать социально-культурную специфичность той или другой повседневности. При этом в идеях Найджела Трифта можно, мне кажется, увидеть стремление построить достаточно масштабную теорию. То, насколько это осуществимо в отношении до-языковых, нерепрезентируемых, эмоциональных аспектов повседневной жизни, и задает, как думается, одну из современных «интриг» постижения повседневности.

Список источников

Адорно Т., Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. М.; СПб.: Медиум-Ювента, 1997.

Акройд П. Биография Лондона. М.: Изд-во Ольги Морозовой, 2005.

Алябьева Л. Кофе и город, или «Какую радость ежедневно дарит нам кофейня!» // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. Вып. 1. Осень 2006. С. 223-252.

Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект-Пресс, 1996.

Беньямин В. Озарения. М.: Мартис, 2000.

Бодрийяр Ж. Пароли. Екатеринбург: У-Фактория, 2006.

Бродель Ф. Структуры повседневности. М.: Мой мир, 2007.

Вальденфельс Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности // Социологос. Вып. 1. Общество и сферы смысла / Сост. В.В. Винокуров, А.Ф. Филиппов. М.: Прогресс, 1991. С. 39-50.

Вахштайн В. Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // Социология вещей. М.: Территория будущего, 2006. С. 7-43.

Гладарев Б. Женщина, мужчина и мобильный телефон // Социологические исследования. 2006. № 4. С. 68-76.

Дубин Б. Будни и праздники // Б. Дубин. Интеллектуальные группы и символические формы. М.: Новое издательство, 2004. С. 232-251.

Де Серто М. Рассказанное пространством // Объять обыкновенное: Повседневность как текст по-американски и по-русски / Ред. Т.Д. Венедиктова. М.: Изд-во МГУ, 2004. С. 75-95.

Кальвино И. Незримые города. Киев: Лабиринт, 1997.

Трубина Е. Признавая обычное: повседневность в философии Стэнли Кавелла // Объять обыкновенное: Повседневность как текст по-американски и по-русски / Ред. Т.Д. Венедиктова. М.: Изд-во МГУ, 2004а. С. 35-47.

Трубина Е. Аутентичность // Современный философский словарь / Ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. М.: Академический проект, 2004в. С. 66-74.

Утехин И. Очерки коммунального быта. М.: ОГИ, 2004.

Фрейд З. Психопатология обыденной жизни. СПб.: Алетейя, 1997.

Agamben G. Homo Sacer: Sovereign Power and Bare Life. Stanford: Stanford University Press, 1998.

Amin A., Thrift N. Cities: Reimagining the Urban. Cambridge: Polity, 2002.

Benjamin W. The Arcades Project. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

De Certeau M. The Practice of Everyday Life. Berkeley: University of California Press, 1984.

Goffman E. Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behaviour. New York: Anchor, 1967.

Lefebvre H. Everyday Life in the Modern World. New Brunswick: Transaction Publishers. 1990.

Lefebvre H. Critique of Everyday Life. Vol. 1. London and New York: Verso. 1992.

Lefebvre H. The Production of Space. Oxford: Blackwell. 1991.

Morris M. Banality for Cultural Studies // Logics of Television / Ed. P. Mellencamp. Bloomington: Indiana University Press, 1990. P. 14-43.

Morris M. Too Soon Too Late: History in Popular Culture. Bloomington: Indiana University Press, 1998.

Pile S. The Body and the City: Psychoanalysis, Subjectivity and Space. London: Routledge, 1996.

Thrift N. With Child to See any Strange Thing: Everyday Life in the City // S. Watson, G. Bridge (eds). A Companion to the City. Oxford: Blackwell Publishers. 2000. P. 398-409.

Thrift N. Non-Representational Theory: Space, Politics, Affect. Oxon: Routledge, 2008.

Хореография беспокойства в транзитных местах: к вопросу о новом понимании визуальности

Оксана Запорожец, Екатерина Лавринец

Наш интерес к городским беспокойствам связан с заметно увеличившимся социальным значением эмоций в обществе контроля. Постепенно замещая контролирующие механизмы дисциплинарного общества, новый социальный порядок сталкивается с необходимостью регламентации действий субъектов, находящихся в постоянном движении. Контроль становится «модуляцией, ...постоянно меняющейся, каждое мгновение, словно сито, отверстия в котором постоянно меняют свое расположение» [Делез, 2004. С. 228]. Учитывая необходимость постоянных изменений регулирующих воздействий, контроль эмоциональных состояний становится столь же значимым, сколь и контроль представлений и поступков.

Затевая разговор о производстве беспокойств в городских пространствах, мы руководствуемся исследовательским подходом к пониманию и изучению города, согласно которому город не существует исключительно как внешняя данность. Для нас понимание городского определяется, прежде всего, тактикой пребывания исследователя в городе, раскрывающейся через конкретные ситуации и определенные ракурсы, столь не совпадающие с планом-разверсткой «города вообще». Эта позиция позволяет наблюдать динамику городской жизни, отмечая, как рождаются новые смыслы и как происходит

процесс, который Бауман обозначил как вкрапление страха в повседневную рутину [Bauman, 2007. P. 9].

Наша задача – обозначить повседневные механизмы (вос-)производства беспокойств в современном городе и способы их проблематизации (разоблачения рутинизированных сценариев). Понимая город как подвижную конфигурацию пространств, ситуаций и практик, имеет смысл задаться вопросом о хореографии страха в исполнении людей и предметов, драматический характер которой создается и подчеркивается организацией пространства. Признавая многомерность и изменчивость городского пространства, мы позволим себе усомниться в значимости преимущественно визуального анализа города: внимание к хитросплетениям визуальных, телесных и аудиальных опытов видится нам весьма продуктивным способом понимания города, позволяющим преодолеть редукционизм классических визуальных подходов.

О пользе сомнений, или Критический взгляд на значение визуальных репрезентаций

Исследования визуальных репрезентаций (фотографии, кинематографа) до недавнего времени довольно единодушно признавались наиболее влиятельными традициями в визуальных исследованиях. Редкие сомнения в объяснительной силе теорий репрезентаций воспринимались как разрозненные партизанские вылазки, не достойные пристального внимания. Весомым поводом для радикального пересмотра статуса теорий репрезентации стали исследования пространства, предпринятые критическими направлениями социальной географии: 'non-representational' [Thrift, 1996, 2000; Nash, 2000 и другие] или 'more-than-representational' geographies [Lorimer, 2005].

Пристальное внимание исследователей к пространству и пространственным практикам со всей очевидностью обозначило ограниченность объяснительных возможностей теорий репрезентаций. Признание многомерности и постоянной изменчивости физического и социального пространства, определение социального мира «не как некой раз и навсегда установленной данности, но как претерпевающего серии бесконечных изменений» [Agamben, 1993. P. 19], подвергло сомнению *неизменность ключевой* роли репрезентаций в качестве структур, организующих и регулирующих социальный опыт. При этом основным объектом критики стала не сама «… идея репрезентаций, но уверенность, что репрезентации и только они способны объяснить все» [Dewsbury, 2003. P. 1911]. Подобный подход весьма существенно отличается от безоговорочного признания ключевой роли репрезентаций в организации пространственного опыта, сущность которого поэтично сформулирована Марком Оже:

> Город – романен. Именно в городской среде разворачивались события крупнейших романов XIX и XX веков… Так, Марсель Пруст или Томас Манн – это сокровенная компонента образа Венеции, в то время как многие итальянские города неизменно ассоциируются нами с прозой Стендаля… Город существует благодаря сфере воображаемого, которая в нем рождается и в него возвращается, той самой сфере, которая им призывается к жизни и которая дает ему новую жизнь [Оже, 1999].

Основным объектом внимания пострепрезентативных теорий становятся перформативные действия, поддерживающие или расшатывающие, создающие или изменяющие назначение пространства. Сами же действия рассматриваются как пространственно укорененные: они и подчиняются логике места (определяемой его организацией и тематизацией), и способны изменять его в интересах действующих субъектов. Последние предстают не только как пассивные акторы, чья возможность действовать ограничена пространством и ситуацией, но и как активные соавторы пространств [См.: Larsen, 2005. P. 422].

С позиции пострепрезентативных географий, телесное проживание / представление пространства и есть основа перформативного действия. Следствием подчеркнутого внимания к опытам тела становится признание важности «всех чувств … и умений» [Thrift, 1996. P. 24]. Тело в данном случае рассматривается как источник и возможность множества регистров опыта. Подобная перестановка акцентов не отрицает важность визуальности, но лишает ее символического доминирования, превращая в одну из множества модальностей повседневных опытов (наряду с аудиальной, тактильной и другими), значимость которых изменяется ситуативно и контекстуально.

Фокусируясь на разнообразных и изменчивых опытах субъектного проживания и представления пространства, более-чем-репрезентативная география не только провозглашает новые теоретические принципы, но и предлагает категориальный аппарат, позволяющий передать особенности новой интерпретации социального порядка, одной из ключевых категорий которого становится пространственная хореография.

Городская хореография

Понятие хореографии позволяет раскрыть взаимосвязь ряда моментов, значимых для формирования городского опыта (как повседневного опыта, так и исследовательского), – и его последующей рефлексии. Городская хореография включает в себя несколько составляющих: 1) правила и ограничения, регламентирующие наше

пребывание в определенных городских местах [1]; 2) организацию городских пространств, как проявление определенного порядка (например, появление турникетов, исчезновение урн для мусора в транзитных местах); 3) телесное освоение и интерпретацию изменяющегося города. Хореография в применении к повседневному городскому опыту является взаимодействием этих составляющих. Регламентирующие правила задают ритм нашим повседневным действиям, которые разворачиваются в определенных городских пространствах, однако наше пребывание в городе само по себе является постоянной интерпретацией: будучи чтецами городского пространства, мы следуем грамматике разворачивающихся социальных отношений и морфологии самого пространства, однако в то же время являемся их интерпретаторами. Хореография – это динамичная связь регулирующих правил и спонтанных действий, разворачивающихся в пространствах, обладающих определенной организацией (*Ил. 1*).



Ил. 1. Особую действенность правил обеспечивает организация пространства, которая предлагает горожанину вписаться в существующие рамки, приняв положение, негласно предписываемое размещением сидений, поручней или величиной проходов, дисциплинируя тело, подчиняя его регламенту городских пространств (Вокзал Лиссабона, автор фото Ю. Наркунас).

---

[1] Здесь и далее мы используем понятия места и пространства как взаимозаменяемые, следуя подходу, обозначенному в современной социальной географии, считающей нецелесообразной постоянное проведение различий между местами и пространствами. Подобное «тождество» основано на отказе от однозначного определения пространства как абстрактной категории, а места – как результата субъектного освоения и присвоения территории. Вслед за Дорин Мейси, Филом Хаббардом и Роном Киченом [Massey, 2005; Hubbard et al., 2004], мы полагаем, что и городские пространства, как и места в городе, определяются через разворачивающиеся отношения, а значит, в данном случае могут быть рассмотрены как взаимозаменяемые понятия.

Заметим, что дискурс контроля, разворачивающийся в транзитных местах, проявляется как в визуальных и текстовых формах (серии предупреждающих знаков), так и в аудиальных (транслируемые обращения к пассажирам), а также телесных (например, турникеты и различные ограждения, препятствующие движению). Новые предписания, регулирующие наши повседневные действия, начинают трансформировать первоначальную функцию того или иного места, преображая его пространственную организацию и оказывая прямое воздействие на наше передвижение по городу. Так, устранение скамеек из мест ожидания (метро, остановки автобусов, трамваев, троллейбусов) или мест отдыха (парки) нивелируют основные функции этих мест. Отсутствие скамейки – это не только устранение соблазна задержаться на более продолжительное время, но и невозможность завязать случайное знакомство с соседями. Само по себе отсутствие упомянутых объектов может служить тревожным знаком, поскольку указывает на изменения не столько в пространственной организации определенных мест, сколько в самом укладе городской жизни, и требует от горожан определенного привыкания.

Городские пространства обладают потенциалом, который может быть реализован благодаря активной реинтерпретации хореографии, воспроизводимой в тех или иных местах. Примером могут служить и залы ожидания, которые, помимо комфортного времяпровождения, могут стать игровой площадкой для различных творческих групп. В то время как дискурс контроля, регулирующий наше поведение в местах транзита, структурирует пассажиров в качестве пассивных тел, а организация залов ожидания закрепляет эту пассивность, реинтерпретация существующих правил заключаются во внедрении альтернативных сценариев. Основным инструментом в реализации этих сценариев становится собственное тело «интерпретатора»: в качестве примера приведем контактные импровизации, которые проблематизируют нормы поведения в общественных местах, заостряя внимание на телесной дистанции, которой придерживаются горожане, и ее преодолении. Схожим образом особенности повседневной хореографии актуализируют кампании «Free Hugs» (Бесплатные объятия), которые моментально приобрели популярность, и были проведены во многих городах мира. Любопытно, что инициатор кампании связывает ее начало с опытом прибытия в родной город после длительного отсутствия: оказавшись в роли туриста, которого никто не встречает в аэропорту, в то время как вокруг обнимались встретившиеся после разлуки люди, он соорудил знак «Бесплатные объятия», стремясь получить немного внимания [1]. Несомненно, незатейливый знак

[1] Официальный сайт кампании «Free Hugs»: http://freehugscampaign.org/.

влияет на хореографии общественных мест, останавливает прохожих, призывает подойти и обняться с незнакомым человеком. Однако популярность этой кампании в небольших городах создает комичную ситуацию, которую юные недовольные жители одного из литовских городов обозначили «Невозможно пройтись по городу как раньше – тебя тут же обступают любители обниматься».

Организация городских пространств структурирует наш повседневный опыт – и в то же время становится объектом интерпретации, осуществляющейся, прежде всего, на телесном уровне. В этом смысле понятие хореографии тесно связано с темой городских ритмов, которую, вслед за А. Лефевром разрабатывают Амин и Трифт:

> Ритмы города – это координаты, по которым его обитатели и приезжие упорядочивают и оформляют свой опыт города. <…> Город зачастую известен нам и устанавливается при помощи этих самых ритмов и сопровождающих их упорядочивающих приспособлений (правила дорожного движения, время работы различных заведений, законы, устанавливающие режимы тишины) [Amin, Thrift, 2002].

Именно благодаря видоизменяющимся городским практикам, разворачивающимся в определенных местах, последние приобретают новые значения и функции: так, например, места паркура, скейтбординга, упражнений в *street dance* становятся точками притяжения прохожих. Заметим, что выступления городских персонажей (например, уличных мимов и музыкантов), преображающие городские пространства в места уличного спектакля, со временем становятся неизменным мотивом туристических фотографий. Более того, сама туристическая фотография, интерпретируемая не как производство определенного рода фото-продукции, но как тип отношений с городом, тоже в силах преобразовывать первоначальную функцию различных городских мест (с чем и связано появление знаков «Не фотографировать»). Как отмечает Й. Ларсен, туристическая фотография является хореографичным действием, в котором соединяются репрезентативность и перформативность; это не столь пассивное потребление туристических мест, сколь активное производство социальных отношений [Larsen, 2005. P. 416]. Таким образом, хореография становится воплощением подвижной, изменчивой взаимосвязи между местом и разворачивающимся в нем действием, между принятием существующих ограничений места и их активной реинтерпретацией.

Не-места как сценическое пространство

Хореография всегда связана с определенными пространствами, укрепляя или расшатывая логику их организации. В современном

городе местами разворачивания хореографии беспокойства выступают транзитные пространства, превращающиеся в сценические площадки, артикулирующие и концентрирующие разнообразные городские страхи. Вслед за Марком Оже, под не-местами мы будем понимать переходные (транзитные) пространства, которые предполагается пересечь, миновать для достижения конечных целей: транспорт, вокзалы и остановки, гостиницы [См.: Augé, 1995]. Не-места – скорее, эффектная метафора, квинтэссенция современного городского опыта, нежели четко определенное понятие. Неслучайно, определяя специфику не-мест, Оже использует логику «от противного», предлагая отличать пространства перехода от «антропологических мест» – фиксированных пространств, функциональных *per se* (не служащих посредниками для достижения других целей), рассчитанных на длящееся присутствие, разворачивающих историю личных отношений [Augé, 1995. P. 101].

Именно социально артикулированное стремление пересечь не-места, миновать их, долгое время играло злую шутку с исследовательской рефлексивностью. Не-места не воспринимались как сколько-нибудь значимые, фактически лишались самостоятельной ценности. Только недавнее внимание к новым скоростным формам контроля позволило реабилитировать не-места [Virilio, 2002; Делез, 2004], дало возможность исследователям сфокусироваться на их особой социальной и пространственной организации, а также контролирующих механизмах, приходящих на смену «старым дисциплинарным методам, действующим в рамках закрытой системы» [Делез, 2004. С. 227].

Очевидно, что разговор о хореографии транзита будет по меньшей мере наивным без «принятия во внимание последовательности действий или сценария» [Larsen, 2005. P. 420]. Типичным началом транзитного сценария можно считать встраивание людей и вещей в новые отношения. Своеобразным обозначением границы не-мест служат не только идентификационные знаки (билеты, процедуры регистрации), подтверждающие принятие новой идентичности, но и физические преграды, очереди, изменение ритмики движения – ощутимые и весьма убедительные знаки встраивания в другой телесный порядок. Очереди на пунктах повышенного контроля в аэропортах и на железнодорожных вокзалах или у метро в час пик, изменение ритма движения (замедление или напротив ускорение шага в зависимости от движения окружения) – свидетельство подчинения особому порядку. Сама по себе очередь является воплощением порядка; и хотя каждый из ее участников в отдельности может воспринимать резко ужесточившийся режим контроля как абсурдный спектакль; стоя в очереди, он является участником отношений власти и должен подчиниться новым правилам.

Постоянно разыгрываемый в транзитных местах спектакль основан на четко предписанном поведении и более или менее пассивном принятии участниками действующих правил игры. При этом каждое из правил транзитного спектакля – а точнее, возможность путешествующих соответствовать им – в той или иной степени служит основанием для беспокойства. Достаточно вспомнить знакомую каждому многократную проверку билетов на самолет или поезд по дороге на вокзал, беспокойство за сохранность своих вещей и кошелька в транспортной толчее, досаду за непопадание в ритм движения очереди или потока в метро и многое другое.

Пребывание в не-местах помещает человека в поле действия особых правил и ограничений, делающих его уязвимым для различных манипуляций. Пассивность роли пассажира, наряду с представлением об опасности транзита, медиально и технологически регламентируемой социальностью не-мест и онтологическим беспокойством – наиболее благоприятные условия для (вос-)производства страхов. В этом случае страх поддерживается самой сценографией транзитных пространств – особенностью их организации.

Легкая паранойя исследователя, участвующего в подобных практиках и усматривающего в легитимных правилах и проявлениях заботы основу для контроля и манипуляций, вполне обоснована. По наблюдению Р. Барта,

> связь дискурса с властью <…> очень редко бывает прямой, непосредственной; в законе, допустим, формулируется *запрет,* но его дискурс уже опосредован целой правовой культурой, более или менее общепринятым *рацио;* источником речи, непосредственно прилегающей к власти, может быть одна лишь мифологическая фигура Тирана («Царь повелел...»). Фактически язык власти всегда оснащен структурами опосредования, перевода, преобразования, переворачивания с ног на голову [Барт, 1989. С. 528].

Транзит в городских пространствах основан на принятии пассажиром более или менее *пассивной* роли (*Ил. 2*). Вписываясь в определенный маршрут, ритм и направление движения, мы по умолчанию становимся на путь компромиссов между собственными желаниями и действующими правилами: утвержденными остановками, графиками и скоростью движения. Пассивность пассажира производится и признается как прямыми указаниями – освободить проход, «побыстрее осуществлять посадку-высадку», призывами оплатить проезд, так и заботливыми советами: взяться за поручни, не забыть прокомпостировать билет, отойти от закрывающихся дверей (степень заботы варьируется в зависимости от культурного контекста). Многократные повторения требований или напоминаний в раз-

личных модальностях: визуальной (текстовой), аудиальной (голосовые объявления или звуковые сигналы) усиливают их воздействие, подчиняет его регламенту не-мест.



Ил. 2. Организация пространства зала ожидания предполагает телесную хореографию, выстраиваемую на пассивности пассажиров (Вильнюсский автовокзал, автор Ю. Наркунас).

Осознание пассажиром пассивности своей роли и невозможности тотально контролировать условия транзита рождает ощущение опасности перемещения. Так, Беньямин объяснял пристрастие пассажиров поездов к чтению детективных романов в дороге стремлением совладать с множественными страхами транзитных мест, отмечая связь между выбираемым читателем жанром и беспокойством, возникающим при перемещениях. Он отмечал, что каждому пассажиру

> известно непредсказуемое ускользание границ пространства, времени, границ, в которых происходит эта поездка, начиная со знаменитых слов «опоздали» <…> и заканчивая одиночеством в купе, страхом пропустить пересадку, угрюмостью незнакомых вокзальных сводов, под которые въезжает состав. <…> Его спасение заключается в том, чтобы заглушить один страх другим. На раскрытых страницах только что купленного детективного романа он пытается отыскать праздные <…> страхи, которые помогли бы ему справиться с архаическими опасностями путешествия [Беньямин, 2004. С. 430].

В российских аэропортах и на вокзалах роль индикатора опасности и одновременно «успокаивающего» средства с недавнего времени

начинают играть часовни, невольно наводящие на мысли о возможности неблагоприятного исхода вояжа или путешествии «в один конец». Вместе с тем часовня может рассматриваться и как место заключения сделки с высшими силами, необходимость которой продиктована желанием пассажиров получить пусть эфемерную, но гарантию безопасного путешествия и хоть как-то повлиять на благополучный исход поездки в ситуации, слабо поддающейся их контролю.



Ил. 3. Тексты, предлагаемые транспортными службами, в значительной степени определяют сценарий социальной коммуникации (Объявление в общественном транспорте, Флоренция, фотография Е. Лавринец).

Другой особенностью транзитных пространств, усиливающей возможности манипуляций и контроля, является регламентируемая социальность – форма социальной связи, в которой особое значение приобретают посредники – медиа и техника, а также стоящие за ними институции. Знаки, табло, экраны являются непременными атрибутами транзитных мест, во многом определяющими развитие и содержание коммуникации. (*Ил. 3*). Именно тексты, предлагаемые не людьми, но институциями (транспортными службами, коммерческими компаниями, властными структурами), сегодня в значительной степени определяют сценарий социальной коммуникации, подспудно усиливая значимость скрытых модераторов взаимодействия – экономических и политических структур, присутствие которых обозначается вполне отчетливо [См.: Augé, 1995. P. 96].

Роль медиа-посредников в не-местах двояка. С одной стороны, они играют роль связующего звена, удерживающего горожан вместе, координирующего их действия. С другой стороны, деперсонализированная текстовая коммуникация нивелирует значимость личных контактов, способствует атомизации и обезличиванию, формируя «контрактное одиночество» – сознательно ограниченное общение. Достаточно вспомнить шутливое «московское метро – самое читающее метро в мире», привычный вид людей, углубившихся в набор и чтение sms-сообщений, «ориентацию на местности» по указателям в метро или расписанию движения транспорта, чтобы убедиться: текст становится основным проводником по не-местам, полноправным агентом коммуникации, постепенно вытесняющим иные взаимодей-

ствия. Киноновелла братьев Коэнов «Tuileries» [Paris, je t'aime, 2006] об американском туристе, попавшем в переделку в парижском метро, ерничает по поводу основных принципов транзитного контракта: чтение безопаснее общения, визуальный контакт с окружающими – источник неприятностей. Ненадолго оторвавшись от текста путеводителя и задержав свой взгляд на влюбленной парочке, главный герой получает не только «поцелуй принцессы», но и увесистый удар от ее приятеля.

Сам факт нахождения и перемещения в не-местах с их множественными правилами и соблазнами делает неизбежным постоянное балансирование между ролями пассажира, потребителя, гражданина, доказывающего свою благонадежность (что особенно справедливо для российских городов), (не)компетентного горожанина и многими другими. Такая «статусная чехарда» превращает места транзита в арены производства и комбинирования различных идентичностей, основными свойствами которых становятся изменчивость и кратковременность. «Калейдоскоп» идентичностей подталкивает субъекта к переживанию онтологического беспокойства – пребыванию во множестве ипостасей и невозможности удержать ни одну из них на определенное время, обостряющее чувство одиночества и чуждости в городе.

Заметим, что местами транзита, формирующими ощущение чуждости, могут становиться не только обозначенные нами пространства перехода. Классическим примером может служить московский опыт Вальтера Беньямина, в восприятии которого сам город становится местом транзита – и ожидания встречи с любимой женщиной, в то время как люди вокруг воспринимаются как элемент городской сценографии [Беньямин, 1997]. Ситуация чужака в городе, незнание языка, слабая ориентация на местности превращают город в хаотичное нагромождение «топографических ловушек», а попытка его прочтения оборачивается фиксированием хаотичных образов:

> Кажется, будто город открывается уже на вокзале. Киоски, уличные фонари, кварталы домов кристаллизуются в неповторимые фигуры. <…> Хаос домов настолько непроницаем, что воспринимаешь только то, что ошеломляет взор» [Беньямин, 1996. С. 165].

Интересно, что транзитные пространства становятся для субъекта не только пространством проблематизации собственных идентичностей. Пространственная и телесная близость Другого, равно как и переживание собственной чуждости, усиливают необходимость идентификации находящихся рядом. Внимание к Другому – не только результат собственного интереса, но и сознательное фокусирование внимания и поддержание ощущения чуждости различными институциями. Достаточно вспомнить часто повторяемые обращения: «усту-

пайте места беременным женщинам, пассажирам с детьми, пожилым людям и инвалидам», «если вы увидите человека с тростью – помогите ему». В транзитных местах формируется визуальная компетентность горожан в их поисках и идентификации Другого: пассажирам словно предлагается подчиниться некоторым правилам городского квеста, включиться в поиски необходимых отличий.

Относительная пассивность пассажиров, переживание опасности транзита, предрасположенность следовать инструкциям и указателям, относительная изолированность и переживание неопределенности – прекрасные основания для производства и перформативного воплощения тревог. Именно в этих условиях и разворачивается хореография беспокойства.

Не-места и хореография беспокойства

Фокусируясь на хореографии беспокойства как на подвижной взаимосвязи правил и ограничений, организации пространства и телесных практик, призванных создавать и создающих ощущение беспокойства, мы фактически ставим вопрос о механизмах повседневного производства страхов в современном городе. Подобная постановка вопроса кажется нам весьма своевременной. Солидаризируясь в описании современного общества как общества риска [Бек, 2000], катастрофического сознания [Катастрофическое сознание, 1999], неопределенности [Bauman, 2007], социальные теоретики подчеркивают структурные основания подобного порядка, практически игнорируя повседневные практики, обеспечивающие его действенность. Размышляя о хореографии беспокойства, мы пытаемся понять как беспокойство, сознательно и стихийно производимое различными институциями, становится частью нашего нерефлексивного повседневного опыта, превращается в память тела, связывается с определенными пространствами и вызывается к жизни чередой мест и обстоятельств. Это разговор о том, кто и как производит, поддерживает и обеспечивает действенность беспокойства, использует его как эффективный инструмент социального контроля. Это размышления, основывающееся на убеждении о том, что «наша жизнь раскрывается через тела, через места» [Nast, Pile, 1998. P. 1], делающие бессмысленными ссылки на абстрактные схемы или универсальные структуры.

Хореография беспокойства в транзитных местах делает очевидной связь правил (дискурсивных структур), телесных опытов и навыков обращения с вещами. Риторика многочисленных обращений и инструкций, а также формы контроля, разворачивающиеся в местах повседневных перемещений, конституируют нас одновременно как жертв, и как потенциально опасных чужаков. Примером может служить осмотр багажа и обыск пассажиров в аэропортах: применение

подобных мер подразумевает, что пассажирам может грозить опасность – и в то же время любой из пассажиров (его багаж или «нечто», размещенное на теле) может стать источником опасности. Процедура осмотра, как и повторяющиеся инструкции по безопасности, направлены на обеспечение *твоей* безопасности, и в то же время пытаются уличить *тебя* как угрозу для окружающих.

Изначально необходимость жестких идентифицирующих и контролирующих мер (проверка документов и багажа, личный досмотр) достаточно четко связывалась профессионалами безопасности и средств массовой информации с потребностью в защите от террористической угрозы. Однако сегодня контролирующие механизмы не менее успешно используются и для защиты от политической оппозиции (один из сценариев – задержание представителей оппозиции в аэропортах с указанием на то, что компьютерная система «не узнает» билетов). Медийный резонанс, который сопутствует подобным событиям, позволяют с особой силой ощутить превращение не-мест в «испытательный полигон принудительных экспериментов и контроля» [Virilio, 2002. P. 440].

Как правило, источник опасности в рассматриваемых нами дискурсивных практиках подразумевается, однако не называется. По сути, риторические приемы, использующиеся в качестве механизма контроля пассажиров, сводятся к созданию сети прозрачных намеков – и вместе с тем предписаний. Эта недосказанность (последствия опасной ситуации, не артикулируются – как не указывается причина сложившегося положения дел) является мощным генератором беспокойства. Центральными фигурами (и в то же время – «фигурами умолчания») этих риторических тактик выступают Другие и предметы без свойств или «бесхозные вещи».

В нынешней ситуации нагнетания беспокойства дискурсивно производимый образ опасного Другого поддерживается в промежуточном состоянии: ему словно не дают окончательно оформиться. Тем самым его потенциал в качестве источника угрозы возрастает, в то время как образ, не принявший окончательную форму, может быть использован многократно. В силу незавершенности, образ опасного Другого становится практически вездесущим, ведь если источник опасности не идентифицирован, опасным может оказаться каждый. Среднестатистический текст, информирующий горожан об опасности потерянных вещей, исходит из признания априорной опасности их бывшего владельца – безликого Другого. Парадоксом, лишь поддерживающим общую логику, кажется единственный раз встреченное объявление, призывающее горожан запоминать людей, оставивших свои вещи.

Другим элементом риторических тактик, направленных на поддержание беспокойства, становятся «бесхозные вещи». Настойчи-

вые и многократно продублированные предупреждения о них превращаются в лейтмотив перемещений в городском пространстве. Отсутствие определенности в описании потенциально опасных предметов уже является источником беспокойства, деформирующего восприятие повседневности [1]. Означивание бесхозных вещей как потенциальных источников угрозы помимо всего прочего меняет социальные конвенции в отношении забытых, утерянных или оставленных предметов – то, что ранее воспринималось как объект собственности и требовало воссоединения со своим владельцем, ныне становится сосредоточением опасности и требует внимания профессионалов (охранников, милиции и даже саперов).

Признание потенциальной опасности неопределенных Других и вещей без свойств требует особых зрительных компетенций и навыков обращения с гипотетическими источниками угрозы как от профессионалов, так и от обывателей. Умение обнаружить и распознать опасность по множеству неуловимых признаков обретает статус универсальной компетенции, накладываясь на столь характерное для не-мест обостренное чувство Другости. На память приходят неоднократно услышанные или прочтенные объявления на вокзалах и в метро, призывающие пассажиров информировать представителей служб безопасности и правоохранительных органов о «подозрительных людях или предметах». При этом, следуя тексту объявления, «не стоит *беспокоиться* (курсив авторов. – *О.З.* и *Е.Л.*), что Ваши подозрения могут оказаться напрасными. Помните, что своевременное обращение позволяет предотвратить опасность». Таким образом, повседневность транзитных пространств наполняется скрытыми угрозами, требующих присутствия сосредоточенного и ориентированного на их обнаружение зрителя, чье внимание прямо или косвенно направляется структурами, призванными обеспечивать безопасность и обретающими монополию на дальнейшие действия с источниками тревоги.

Идентификация угрозы связана с работой профессионалов безопасности и использованием специальных технических средств (камер наблюдения, «ворот безопасности» и другого оборудования). Их роль в хореографии беспокойства двояка: они выступают и участниками событий, и своего рода декорацией спектакля. Признавая равное значение людей и объектов, мы основываемся на идеях post-human социальности, подчеркивающих самостоятель-

---

[1] Не случайно места перехода и острого одиночества становятся вместилищем городских страхов и фантазий, начиная слухами о крысах и мутантах, живущих в метро и заканчивая «легитимными страхами», способствующими поддержанию «порядка в общественных местах» (в качестве примера можно привести нагнетаемый страх перед «бесхозными вещами», о которых стоит сообщать в соответствующие инстанции).

ность объектов как участников социальной коммуникации, действующих «отнюдь не в роли подчиненных, расшатывая существующие представления о взаимности и солидарности» [Amin, Thrift, 2002. P. 45]. Согласно многочисленным правилам и инструкциям, именно благодаря действиям профессионалов и работе технических средств «поддерживается порядок и обеспечивается безопасность». Вместе с тем уже само присутствие силовых структур или наличие специальных технических средств в определенных пространствах косвенно указывает на наличие потенциальной опасности, с которой они и призваны бороться. Так, увеличение присутствия работников правоохранительных структур или охранников в транзитных пространствах для компетентного зрителя становится явным указанием на существование какой-то угрозы. Таким образом, сконцентрированность профессионалов безопасности и специальных технических средств подчеркивает сосредоточение угроз в местах транзита.

Идентификация угроз способна изменить маршрут и траекторию движения или же парадоксальным образом оставить все на своих местах. Памятуя о насыщенности мест транзита бумажными объявлениями, вокальными напоминаниями о возможной опасности и постоянном присутствии профессионалов безопасности, мы получаем либо повышенную тревожность транзитных пассажиров (которая в свою очередь является своего рода оправданием для ужесточения контроля), либо то, что Элиас Канетти называет «одомашниванием приказа» [Канетти, 1997]. В силу интенсивности напоминаний, чрезвычайная ситуация (которую вызывает косвенная угроза смерти) со временем начинает восприниматься как нормальный фон повседневных перемещений.

Чрезмерная стимуляция общественного беспокойства приводит к некоторой апатии, притуплению ощущения абсурдности происходящего. Наряду с принципиальной неопознаваемостью Другого и отсутствием отличительных характеристик предметов, от которых может исходить опасность, периодичность предупреждений и инструкций по нейтрализации опасной ситуации является еще одной особенностью риторических тактик, применяющихся в местах транзита. Повторение текста о возможной угрозе со временем начинает восприниматься как монотонный фон повседневных маршрутов. Однако в каком-то смысле монотонность – эффект, на создание которого и направлены риторические тактики: тревожное сообщение становится нерефлексируемой «телесной схемой» пассажиров, само собой разумеющимся образом поведения в транзитных местах. Все новые предупреждения, советы и инструкции начинают выполняться автоматически, формируя, таким образом, законопослушное тело.

Преодоление этой монотонности возможно при сопоставлении еще недавнего опыта транзитных мест как мест свободы от границ. В качестве примера мы можем обратиться к своеобразному манифесту трансконтинентального пассажира, написанного Пико Айером (Pico Iyer). В нем отмечается особое чувство свободы, связанное как с собственной мобильностью, так и с пребыванием в залах ожидания рейса:

> «Мы – обитатели залов для транзитных пассажиров, вечно обращенные к табло "Вылет", вечно кружащие вокруг Земли. <…> Мы проходим через страны, как через турникет, в этом мире мы – иностранцы с видом на жительство». И далее: «Похоже, современный мир все больше подстраивается под таких людей, как я. Где бы я ни приземлился, я нахожу все то же соотношение родства и чуждости. <…> Такая жизнь дает немыслимое ранее чувство свободы и мобильности: мы не привязаны ни к какому месту, можем выбирать любое» [Айер, 1998].

Беспокойство, столь эффективно формируемое в транзитных местах, может распространяться и на другие городские пространства. Подобная экспансия облегчается размыванием границ городских пространств, благо в современном городе нередко выход из метро становится входом в торговый центр или аэропорт, что значительно облегчает стихийную унификацию правил. Вместе с тем действенность страхов может обеспечиваться и «эффектом эхо» – ситуацией, когда правила, действующие изначально в одном пространстве (местах транзита), переносятся в другое. Дальнейшая эффективность правил обеспечивается одновременным действием контролирующих институций, существующих в разделенных пространствах. Примером эффекта эхо стала серия предупредительных видеороликов, появившаяся в торговых центрах ряда крупных российских городов после взрыва, произошедшего в автобусе осенью 2007 года в Тольятти. Ролики напоминали посетителям торговых центров о различных опасностях: от терроризма до не выключенного утюга. До этого случая места́ потребления, привлекая посетителей комфортом и беззаботностью, избегали превращения в отметки на карте топографии страха, стойко сопротивляясь трансляции предупредительно-беспокойных сообщений. Таким образом, социальные конвенции, формируемые в не-местах, могут становиться неотъемлемой частью городской повседневности как за счет экспансии соответствующей нормативности в другие городские пространства, так и за счет многократно увеличивающегося опыта повседневной мобильности, хабитуализирующей правила транзита.

Реинтерпретация порядка не-мест: от правил и ограничений к собственным историям

«Приручение» городского пространства, укоренение в нем собственной истории подразумевает активную интерпретацию пространственной организации и отношений, разворачивающихся в городских пространствах. Способов реинтерпретировать городское пространство, наполнить его эмоциональным содержанием и включить его в свою историю существует множество. К этим способам мы относим как арт-практики, так и повседневную реин терпретацию не-мест (*Ил. 4*): различные игры и флешмобы, наделяющие место их проведения новыми значениями, игровое переозначивание, заключающееся, например, в угадывании остановки поезда на перроне метро или же манипуляцию организацией не-мест (объединение в небольшие группы для прохождения через турникеты или же перепрыгивание через ограждения).



Ил. 4. Контактная импровизация в местах транзита может рассматриваться как один из случаев игровой реинтерпретации хореографии не-мест: пассивность и отстраненность пассажиров переосмысляется благодаря демонстрации альтернативного сценария поведения в этих же местах (перформанс в московском метро [1], международный фестиваль контактной импровизации и перформанса, 2006. Автор Д. Годенко).

Наряду с упомянутыми формами реинтерпретации городского пространства и разворачивающихся в нем отношений существует и практика самоустранения из коллективной хореографии, которая осуществляется с помощью мобильных телефонов, игровых консолей, плеера или книги в различных городских топосах. Арсенал подобных приспособлений постоянно растет, предоставляя все более изощренные способы «отгораживания» от происходящего и погружения в параллельное воображаемое пространство. Описание подобного опыта мы находим у М. Рильке в его тексте о читальном зале:

[1] Фотографии перформанса в метро: http://www.contactfestival.ru/2006/pictures/metro/index.htm.

> Я сижу и читаю поэта. В зале много людей, но их не замечаешь. Они – в своих книгах. Время от времени они пошевеливаются между страниц, как спящий между двух снов поворачивается во сне. Ах, как же хорошо быть среди читающих. Отчего люди всегда не такие? Подойди к кому-нибудь, тронь за плечо – он ничего не заметит. А если, вставая, ты заденешь соседа и извинишься, он кивнет в сторону твоего голоса, обратит к тебе невидящее лицо, и волосы у него – как волосы спящего [Рильке, 1999. С. 27].

Правда, в этом случае самоустранение из общего пространства и погружение в чтение является практикой, предусмотренной самим местом – читальным залом. Формой реинтерпретации сложившейся хореографии этого места могли бы послужить действия, нарушающие его обычную функцию и раскрывающие его потенциал: например, пение или контактная импровизация в библиотеке.

Особенно интересной формой самоустранения, или «отгораживания», представляется слушание плеера в местах транзита, поскольку этот опыт позволяет выявить не только трансформацию телесных ритмов (от покачивания головой в такт музыке до выстраивания специфического темпа движения), но и кардинальную трансформацию отношения с городским пространством. Стоит надеть наушники, и происходящее вокруг начинает восприниматься как «музыкальный клип», движущаяся картинка или декорация, по отношению к которой мы являемся лишь зрителями. Музыка в наушниках притупляет ощущение непосредственного участия в ситуации, а сами наушники становятся гарантом и манифестацией самоустранения из установленного социального порядка (схожим образом действует сон или имитация сна в общественном месте: достаточно вспомнить пассажиров, притворяющихся спящими, чтобы не уступать свое место или избежать проверки билетов).

Организация не-мест становится объектом рефлексии и реинтерпретации со стороны различных творческих групп. Мы можем выделить «визуальный» и «телесный» способы проблематизации тех особенностей не-мест, которые поддерживают производство беспокойства. С одной стороны, это могут быть инсталляции, преображающие пространство транзита, с другой – различные перформансы (контактная импровизация, флешмобы). Красочные инсталляции в поездах метро или в залах ожидания преображают пространство, однако практически не влияют на отношения, разворачивающиеся в не-местах. В большинстве нами обнаруженных случаев арт-инсталляции встраиваются в существующую пространственную организацию, ее не нарушая и оказывая минимальное воздействие на хореографию пассажиров. Арт-инсталляции выполняют функцию красочной декора-

ции, пассажирам или людям в залах ожидания предлагается «поглазеть по сторонам», и в этом смысле современные инсталляции в транзитных местах могут быть приравнены к традиционному художественному оформлению станций метро в различных городах.

Однако здесь возникает вопрос об инструменте, с помощью которого возможно не только осуществить рефлексию повседневных действий и отношений власти, но и *заново* вписать себя (а не быть втянутым) в определенное пространство, устанавливая тип отношений, отличный от того, который нам предлагается в рамках рутинизированных сценариев. Второй тип проблематизации порядка, воспроизводящегося в городских пространствах, мы обозначили как «телесный», поскольку он подразумевает телесную включенность участников, а также имеет прямое воздействие на хореографию случайных зрителей. Этот тип реинтерпретации, на наш взгляд, является особо эффективным, поскольку он подразумевает и ревизию уже сложившейся хореографии, свойственной тем или иным местам. Примером могут служить многочисленные перформансы и флешмобы, организованные творческой группой «Improv Everywhere» [1], создатель которой определяет деятельность группы следующим образом: «мы инициируем сцены хаоса и радости в публичных пространствах». Среди перформансов, инициированных этой группой, можно упомянуть о ряде спонтанных мюзиклов, организованных в столовой крупного торгового центра, библиотеке, аудитории во время лекции. В самой крупной из упомянутых акций приняло участие 16 человек, которые до определенного момента выполняли обычные повседневные обязанности в разных концах столовой (продавец, уборщик, посетитель, охранник), и неожиданно для простых посетителей, один за другим, включались в исполнение песни, а после исполнения вновь вернулись к исполнению служебных обязанностей. Сам факт их участия в незатейливом действии затрагивает тему социальных отношений и правил поведения, структурирующих публичные пространства. Более того, правила, регламентирующие наши действия в определенных местах, становятся игровым материалом, объектом кратковременной деконструкции. Так, флешмоб «Central Grand Station» (2008, Нью-Йорк), участники которого, растворившись в толпе людей на вокзале, в назначенное время одновременно застыли в естественных позах, стал наглядной иллюстрацией столкновения хореографии спешащих пассажиров и большого количества застывших тел. Именно нарушения, синкопы общего движения раскрывают особенности повседневной хореографии транзитного пространства.

---

[1] «Improv» – не опечатка. Сайт творческой группы «Improv Everywhere»: http://improveverywhere.com/.

Следует отметить специфические отношения тактик сопротивления с медиа: документация (съемка, фотография, в некоторых случаях – интервью у случайных зрителей по поводу увиденного) выступает неотъемлемой частью перформанса, в чем можно убедиться, посетив сайты, посвященные флешмобам. Парадоксальным образом, телесная практика сопротивления тут же переводится в область репрезентаций, а событие переводится в разряд медийного. Здесь примечательна и роль приглашенных фотографов, которые являются участниками флешмоба, хореография которых не совпадает ни с ритмом спешащих пассажиров, ни с ритмом работников вокзала, ни с застывшими участниками: наличие фотокамеры позволяет выработать ритм, отличный от других групп.

Среди рассматриваемых нами способов реинтерпретации не-мест присутствуют коллективные и индивидуальные, прагматические (прыжки через турникеты) и игровые (флешмобы и контактные импровизации), каждый из которых работает в своей плоскости. Места транзита, которые предполагается пересечь, становятся игровой площадкой благодаря телесным практикам, не совпадающим с общей хореографией. На основе приведенных примеров можно предположить, что реинтерпретация хореографии не-мест тем более ощутима, чем большее количество «интерпретаторов» принимают в ней участие. Альтернативные сценарии поведения в не-местах оставляют тем более яркий след в памяти, чем больше отклоняются от рутинизированного сценария этих не-мест, и чем более открыты для участия в них прохожих.

Предварительные итоги

Разговор о хореографии беспокойства в современном городе кажется нам не только своевременной и оправданной интеллектуальной задачей, но и исследовательской авантюрой, поскольку количество заданных нами вопросов и обозначенных проблем пока очевидно превышает количество предложенных решений. Несформированность риторики пост-репрезентативного подхода в русскоязычной дискуссии, размытость его концептуальных оснований, безусловно, усложняют исследовательский поиск, одновременно давая возможность получить удовольствие от нахождения самостоятельных ответов.

Эффективность производства беспокойства в современном городе кроется в его вплетении в структуры повседневного опыта горожан: рутинизированные практики, связанные с определенными пространствами – не-местами, поддерживаются сводом правил и ограничений. Беспокойство способно расширять свою географию, разыгрываться в других городских пространствах, изменяя их об-

лики и смыслы. Телесно и пространственно переживаемая тревога многомерна. Она производится и вызывается к жизни сложным взаимодействием разнообразных регистров повседневного опыта: визуальным, аудиальным, тактильным.

Беспокойство умело используется силовыми структурами и профессионалами безопасности для искусных манипуляций и контроля жизни современного города, легитимации своего существования. Однако, несмотря на рутинизацию тревоги, она может быть «раскрыта» посредством перформансов и акций, указывающих на возможность альтернативной хореографии пространства. Задаваясь вопросом о действенных способах расшатывания порядка в изменяющемся современном городе, мы предложили рассмотреть ряд способов реинтерпретации не-мест и поразмышлять об их действенности. Основным фокусом нашего внимания стали арт-практики. Мы полагаем, что чем более массовыми, открытыми для участия и яркими становятся такие реинтерепретации, тем больший резонанс они получают. Не последнюю роль в создании резонанса разоблачающих городских практик играют новые визуальные компетенции и отчасти новые медийные репрезентации, что делает особенно важным разговор о многомерном городе и сложном переплетении визуальности с другими регистрами опыта.

Список источников

Айер П. Жизнь транзитного пассажира // Русский журнал. 1998 // http://old.russ.ru/journal/persons/98-11-13/iyer.htm.

Барт Р. Разделение языков // Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М.: Прогресс, 1989.

Бек У. Общество риска: На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000.

Беньямин В. Детективный роман в дорогу // Маски времени. СПб.: Симпозиум, 2004.

Беньямин В. Москва // Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. М.: Медиум, 1996. С. 163-209.

Беньямин В. Московский дневник. М.: Ad Marginem, 1997.

Делез Ж. Post Scriptum к обществам контроля // Переговоры. 1972–1990. СПб.: Наука, 2004.

Канетти Э. Масса и власть. М.: Ad Marginem, 1997.

Оже М. От города воображаемого к городу-фикции // Художественный журнал. 1999. № 24 // http://www.guelman.ru/xz/362/xx24/x2402.htm.

Рильке Р.М. Проза: Письма. М.: Аст, 1999.

Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века / Под ред. В.М. Шляпентоха. М.: МОНФ, 1999.

Agamben G. The Coming Community. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.

Augé M. Non-places. The Anthropology of Supermodernity. London; N. Y.: Verso, 1995.
Amin A., Thrift N. Cities: Reimagining the Urban. Cambridge: Polity Press, 2002.
Bauman Z. Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty. London: Polity Press, 2007.
Dewsbury J.D. Witnessing space: «knowledge without contemplation» // Environment and Planning. 2003. Vol. 35. P. 1907-1932.
Hubbard P., Kitchin R. and *Valentine G.* (eds). Key thinkers on space and place. London: Sage, 2004.
Larsen J. Families Seen Sightseeing: Performativity of Tourist Photography // Space and Culture. Vol. 8. 2005. № 4. P. 416-434.
Lorimer H. Cultural Geography: the busyness of being «more-than-representational» // Progress in Human Geography. Vol. 29. 2005. № 1. P. 83-94.
Massey D.B. For Space. London: Sage, 2005.
Nash C. Performativity in practice: some recent work in cultural geography // Progress in Human Geography. 2000. Vol. 24. P. 653-664.
Nast H.J., Pile S. Introduction // H.J. Nast, S. Pile (eds). Places through the body. London: Routledge, 1998.
Thrift N. Spatial formations. London: Sage, 1996.
Thrift N. Introduction – dead or alive // I. Cook, D. Crouch, S. Naylor, J.R. Ryan. Cultural Turns / Geographical Turns: Perspectives on Cultural Geography. London: Prentice Hall, 2000.
Thrift N., Dewsbury J.D. Dead geographies, and how to make them alive again // Environment and Planning. Vol. 18. 2000. P. 411-432.
Virilio P. The Overexposed City // G. Bridge, S. Watson (eds). The Blackwell City Reader. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2002.

Картирование городского пространства: основные подходы к визуальному анализу

Виктория Семенова

Введение

Социология города – одна из самых многоаспектных и разработанных отраслей, и очень многие, начиная от классиков до современных исследователей, с разных позиций обращались к ее изучению. Не претендуя на полное освещение разных аспектов такого рассмотрения, остановимся здесь на методологических проблемах изучения субъективного восприятия городского пространства. В настоящее время представители многих родственных социальных наук вновь обращаются к переосмыслению комплекса проблем, связанных с городом, чтобы понять функционирование города как социального феномена в эпоху постмодернизма. Эти направления в англоязычной литературе могут называться по-разному, но все они концентрируются вокруг проблем, связанных со спецификой субъективного восприятия человеком современного мира различных «пространственных» категорий: *human geography*, *critical urban studies*, *spatial theory*, *environmental psychology*, *concept of place-identity* [Soja, 2000; Jameson, 2007; Kuby et al., 2007]. Даже само понятие «город» семантически меняет свой смысл, привнося в проблематику города новые аспекты рассмотрения, а также новые понятия, обозначающие городское пространство: например, *cybercity*, *postmetropolis*, *SMScity*, *global city*. Особенно

значимую роль эти изменения приобрели за последние три десятилетия, когда кардинально изменились как формы урбанизированных поселений (урбанизированные конгломераты, включающие большие территории – *city regions* [Soja, 2000]), так и подходы к их изучению в социальных науках. Пространство города приобретает все новые, усложненные черты, что затрудняет его непосредственное восприятие, приводит к фрагментарности, виртуализации и субъективации его образов, видоизменяет понятие «доступности» городского пространства.

Все это непосредственно отражается и на визуальном его восприятии: из непосредственного, доступного глазу, пространства образ города превращается в абстрактные схемы – в своеобразное символическое поле, где каждый вычерчивает собственные субъективные карты «своего» городского пространства. Исследователи обратились к изучению таких карт, способных отразить субъектно-объектные отношения между индивидами и городской средой (проблематика картирования городского пространства). Однако открытым и дискуссионным остается вопрос о способах, методических пределах и возможностях при использовании городского картирования. Чему могут служить такие карты, в чем их эвристическая ценность как инструмента социального анализа города?

Выбор подхода предопределяет и определение визуального инструмента для изучения городского пространства, а также рамки, интерпретативные возможности и ограничения при работе с определенным визуальным материалом. Основное напряжение в этих дебатах связано с проблемой субъектно-объектных отношений, и здесь можно выстроить несколько типов концептуальных позиций. Автор более подробно рассматривает наиболее спорную из них: возможности картирования с точки зрения изучения жизненного мира социальных субъектов и конструктивистского подхода к городу как жизненному пространству индивидов.

Социальное пространство города и проблемы его сегрегации: позиция урбанистики и социальных экологов

Географически (или физически) город представляет собой, прежде всего, особое трехмерное пространство. Но субъективное восприятие этого пространства более многомерно: как говорит Линч, город – это не только то, что может увидеть глаз, не только то, что может услышать ухо; это пространство, которое можно воспринимать не только органами чувств непосредственно, но и на уровне абстракций и воображения, и даже темпорально: поскольку

оно различно в разное время суток, днем и ночью, зимой и летом [Линч, 1982].

Позиция известного исследователя Кевина Линча, изложенная им в книге «Образ города», близка к социально-архитектурной концепции социального планирования городского пространства [Soja, 2000]. Канадский исследователь Томас Грин называет этот подход «воспринимаемой» географией городского пространства. При этом он формулирует основную цель такого изучения: активное привлечение жителей к процессу изменения городской среды [Green, 2007]. С позиции создателей городских ландшафтов (городских властей) эта цель связана с вопросом, как лучше выстроить городское пространство, чтобы улучшить его практическое функционирование как организма, чтобы людям было удобно в нем жить. Основной концепцией этого подхода является понятие структуры городского пространства, а главной задачей выступает выявление отдельных компонентов этой структуры и их значимости в глазах жителей данного поселения. Непосредственными элементами структуры образа города и, следовательно, элементами анализа, при таком подходе по Линчу могут быть:

Пути – коммуникации, которые потенциально или реально используются жителями.

Границы, как линейный элемент структуры, которые огораживают определенные районы города, разрывая его пространство на отдельные сегменты, которые в силу определенных обстоятельств трудно объединить в единое целое.

Узлы – места пересечений отдельных городских структур, как фокусы концентрации определенных функций города. Это могут быть как номинальные узловые точки (например, вокзалы), так и точки, обладающие неким символическим значением (кафе, площади), которые являются «сердцем» данного района, поскольку концентрируют в себе общезначимую ценность.

Районы понимаются, по Линчу, как двумерная структура, в которую можно «войти» и рассматривать ее как «изнутри», так и «извне», соотнося оба эти рассмотрения.

Ориентиры служат точечными элементами города, важными для восприятия городской перспективы, в них не вступают, они остаются для внешнего наблюдения. Определение ориентира происходит в процессе вычленения одного элемента из множества ему подобных (гора, здание, фасад, витрина). Они насыщают образ города для большинства наблюдателей и служат ключами опознания города в целом или отдельных его частей [Lynch, 1981].

Как видно из перечисления предлагаемых структурных элементов, при таком подходе наиболее важной для исследователя стано-

вится проблема *опознаваемости* городского пространства для социальных субъектов, другими словами: возможности географической ориентации, легкого и комфортного «распознавания» смыслов, заложенных в отдельные структурные (и архитектурные) элементы городского пространства. Система городского пространства приобретает определенное субъективное значение в качестве практического ориентира и в целях создания эмоционального комфорта.

Восприятие городской среды с позиции данного подхода понимается как удобство его «читаемости» для отдельных субъектов. Это один из основных терминов, широко используемых Линчем в его работах. Ясность визуальных образов города с этой позиции будет наилучшим критерием опознаваемости городского пространства.

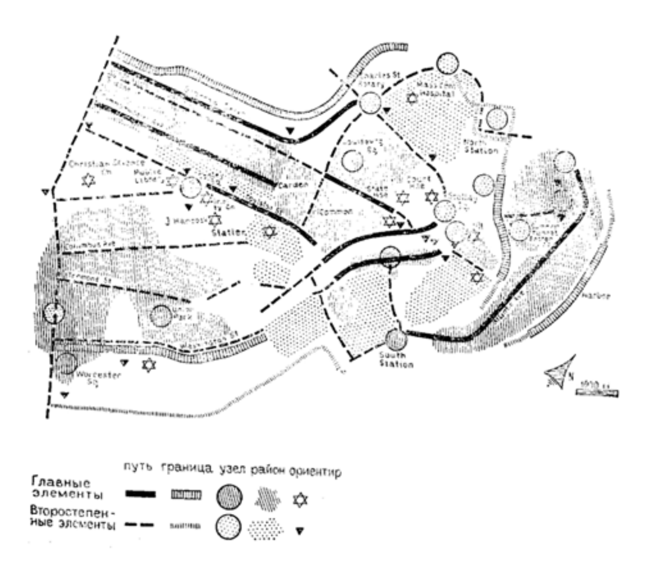
Однако картина городского пространства, по Линчу, не настолько одномерна. Город, воспринимаемый тем или иным образом его обитателями, является результатом их коллективного восприятия, связанного с цепочками определенных событий, с предыдущим опытом, привязанным к данному окружению, к данной городской среде. Это подвижный, мобильно-развивающийся опыт соотнесения себя со средой, в которой осуществляется человеческая деятельность. Это каркас, над которым надстраивается определенная символическая оболочка: привычный способ коммуникации внутри социальной группы «земляков», символическая память, мифы, коллективная память, соотнесенность своего опыта с опытом «других». Так возникают символические значения отдельных точек городского пространства, аккумулирующих многозначный исторический опыт, и в силу этого порождающий у его жителей определенные коллективные ассоциации, связанные с данным элементом городского пространства. Такими ассоциациями в Москве обладает, например, памятник Маяковскому или Поклонная гора, Кремль, Черемушки, Ленинские горы.

Соотношение образа и предметной формы города – это своего рода картирование, которое позволяет выявлять групповые образы, приоритеты в восприятии городского пространства, а также измерять степень эмоционального комфорта горожан. Это хорошо иллюстрируется уже ставшим классическим исследованием Линча при сравнении двух американских городов Бостона и Лос-Анджелеса (*Ил. 1*).

Линч демонстрирует то, какую роль в распознавании образов города играют исторические и социальные ассоциации, но также и визуальные – пространственная форма городского пространства.

Эта диаграмма – результат исследовательской работы, в процессе которой небольшому числу жителей Бостона (30 человек), а также многочисленным прохожим в процессе интервью задавались вопросы, имеющие целью «пробудить собственные образы относительно материального окружения» (просьба описать, локализовать, зарисо-

вать или провести воображаемую прогулку по городу, выделить свои обычные городские маршруты). Ответы респондентов использовались в схематическом виде: они были занесены на карту центральной части Бостона. В результате был выстроен обобщенный «образ города в массовом сознании» или определенное нормированное представление о структуре городского пространства, в котором просматривались основные элементы городской структуры: коммуникации, районы, границы, главные и второстепенные ориентиры. Проводя свое исследование, авторы не претендовали на представительность или полную «правдивость» результатов, они предполагали показать, что существуют некие коллективные представления о городе как пространственной системе, и что такие представления могут быть типологизированы. Для доказательства этого тезиса проводилось сравнение коллективных образов трех американских городов: Бостона, Джерси-Сити и Лос-Анджелеса [Линч, 1982].



Ил. 1. Диаграмма Бостона, коллективный образ структуры городского пространства, выстроенный в результате эмпирического исследования (источник: Линч, 1982).

Представление о сильных и слабых точках города, о сильных границах (сильные – это те, которые указываются многими и вызывают множество ассоциаций, а слабые – те, которые не запоминаются, игнорируются большинством опрошенных) позволяет окрасить групповое восприятие города в гамму социальных чувств относи-

тельно окружающей среды. Такими могут быть, к примеру, места, куда приходят молодожены, куда приводят на экскурсию детей, приходят в праздники. Исследователи зафиксировали также высокую значимость для горожан экологических компонентов (зелень, парк, река), которые часто фиксируются при картировании в качестве «сильных» точек восприятия городского пространства.

Когда нет яркого визуального образа города, он заменяется подробным описательным перечислением названий улиц и существенно обедненным текстуальным фоном. Тогда основным критерием распознаваемости образа города становится преобладающая ориентация на транспортные развязки (Лос-Анджелес – город транспортных развязок, по мнению Линча).

Своеобразие дискурса восприятия городского пространства состоит в том, что зачастую описание города носит характер контрастного сравнительного описания: что здесь было раньше и что сейчас, новые и старые здания, районы низшего класса и элиты, чистые и грязные, зеленые и индустриальные [Green, 2007].

Город как социальное пространство

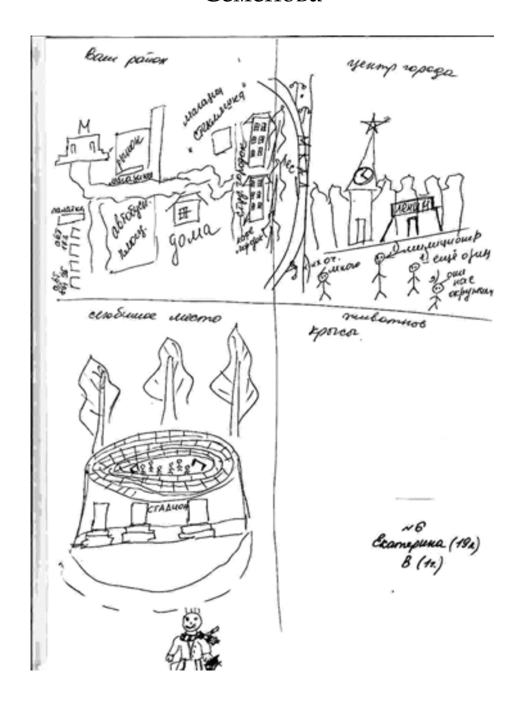
Понятно, что городское пространство существует не только непосредственно, физически-материально, как определенная среда обитания, его можно воспринимать и более многомерно: на уровне социума (пространство для социальных отношений) и на уровне культуры (пространство, где разворачиваются исторические события или происходит диалог сообществ). С позиции социологии городская сегрегация понимается как своеобразное перемещение проблемы социального неравенства в пространственное измерение. Строго говоря, разделение городского пространства на основные элементы (зоны) всегда в истории городов имело определенную схему. Так, можно говорить о разных моделях городского пространства, начиная от модели замкнутых концентрических зон (своеобразные гетто) до модели центростремительной концентрации властного доминирования (модель «центр-окраина») [Трущенко, 1995]. Согласно этим властным схемам распределялись не только функции городского хозяйства, но и происходило расселение различных социальных слоев. Всегда считалось, что в центре живут и работают преимущественно люди из высших слоев общества, а в пригородах и на окраинах города – бедные, низшие слои общества, которые, в силу фактора компактного расселения могут нести в себе определенные социальные риски и потому социально опасны. Перенося эту структуру расселения в поле символических отношений в области властного доминирования, П. Бурдье рассуждал о том, что господство над пространством – одно из самых мощных способов властного доминирования [Бурдье, 1993].

Г. Зиммель говорил о городе как о центре кристаллизации социальных связей и пространстве, которое является местом локализации отношений по поводу обмена [Зиммель, 2002]. Он понимал городское пространство как совокупность символических точек, насыщенных определенными социальными смыслами: религиозными (храмы), властными, развлекательными, торговыми. Их главная функция – превратить нейтральную географию территории в обжитое, социально осмысленное пространство города. Городское пространство упорядочивает жизнь горожан, задавая им траектории поведения и жизненного пути. М. Вебер [Вебер, 1994] и Ф. Теннис [Toennies, 1956] сформировали представление о городе как о пространстве социальных коммуникаций, которые отличны от традиционных общинных форм коммуникативного взаимодействия.

Социологический угол зрения в классической трактовке предполагает анализ форм и видов деятельности индивидов и сообществ в городском пространстве, а также изучение специфики организации городского пространства. Восприятие городского пространства с этого угла зрения характеризуется *переносом* социальных значений на пространство городских коммуникаций, в социальном оценивании, ранжировании отдельных элементов городской структуры (например, по типу престижности) и схематическим описанием пространства как внешнего, социально-навязанного порядка по отношению к индивидам.

Социолога в этом случае интересует не столько индивидуальное психологическое восприятие города, сколько нормативное – зоны коллективного согласия, нормативного распознавания социальных образов города. Хорошим примером здесь может служить схожесть социальных символов современного глобального города: например, знак красного креста на аптеках, универсальное обозначение входа в метро, которые помогают чужакам достаточно легко ориентироваться в любом городе как в пространстве универсального. С позиции нормативного подхода индивиды из всего хаоса городского пространства отбирают те визуальные знаки и символы, которые важны для их ориентации в городской среде, организуют их жизнедеятельность, придают определенный порядок и универсальное субъективное значение, т.е. организуют хаотическое пространство в определенную социальную систему (*Ил. 2*).

Данные схемы позволяют проиллюстрировать принципы сочетания индивидуального и коллективного опыта при создании коллективных образов городского пространства. Несмотря на некоторую индивидуализацию представлений о центре Москвы, налицо общая историческая основа в фиксации главных знаковых точек в восприятии образа «центра Москвы».



Ил. 2. Пример визуализации восприятия отдельных сегментов городских структур (образ центра, мой район, любимое место отдыха), полученное в эмпирическом исследовании в Москве (исследование «Пространственная городская сегрегация, на примере р-на Хамовники г. Москвы», проект Ребровой, под руководством А. Стрельниковой, 2007–2008 годы, метод: полуформализованное интервью и рисунки, 20 респондентов [Стрельникова, 2008. С. 72-73].

Представление о «своем районе», естественно, в большей степени обладает индивидуальными чертами. Но вместе с тем оно фиксирует основные нормативно-типовые, «прагматические» элементы жизнедеятельности людей в районе непосредственного проживания: место жительства (дом), больница, магазины, автобусные остановки, транспортные артерии.

Городское пространство как «мое» пространство: современные субъективистские подходы к городу

Две предыдущих концепции восприятия городского пространства выстраиваются по типу «город как пространство внешней среды (социальное или географическое), определенным образом воспринимаемое субъектами». Однако город – это не только пространство

для непосредственного восприятия субъектами внешней среды – это среда их активной жизнедеятельности. Люди не только наблюдатели, но и участники этого спектакля городской жизни. Можно сказать, что тем самым они сами выстраивают (вычерчивают) свои образы городского пространства. Естественно, что при выстраивании таких образов индивиды отбирают из общей палитры те элементы, которые соответствуют их субъективным опытам и моментам памяти, поскольку среда воспринимается не сама по себе, но во взаимодействии с событиями и действующими лицами, ее населяющими. В этом случае город предстает как «сцена», на которой происходит реализация индивидуального «я», пространство становится формой «проживания» своего «я». Тем самым пространственные образы становятся своеобразной проекцией «моего мира». У каждого свои ассоциации и свой опыт прошлых событий, поэтому существует своя субъективная картина этого пространства, для каждого он насыщен иными символами и значениями.

Восприятие человеком себя как «пространственного» возможно на разных уровнях. Этот процесс начинается от восприятия собственного пространства тела – к пространству локальному (комната, здание, район, город – непосредственная среда бытия) – до виртуальных пространств мирового масштаба – *human geography* на разных уровнях [Kuby et al., 2007]. Создание ментальных карт – это мыслительный процесс расположения субъекта (себя) в абстрактном, пустом пространстве путем некоей идеологической по своей сути работы [Jameson, 2007]. В ходе такой работы устанавливаются и переосмысливаются отношения между «я» воображаемым и «я» реальным в конкретных условиях существования. Если представить этот процесс в поле различных типов схематизации, то, с одной стороны, он схож с физическим процессом локализации себя в географическом пространстве, с другой – схож с построением ментальных карт мыслительной деятельности человека (точки напряжения, пути или связи).

В своей графической форме это также больше напоминает не воспроизводство географической карты города, а воспроизведение в графическом виде внутренней ментальной карты как внутренней структуры человеческого сознания: от центрального «я» к периферии внешних связей с пространством внешнего мира. На основании таких карт возможны различные схемы интерпретации, раскодирование субъективных значений городской среды для субъекта: каковы основные коды, как генерируются представления об отдельных зонах городского пространства, каковы основные направления связей между отдельными формами жизнедеятельности в городской среде [Kuby, Harber, Gober, 2007].

При данном подходе в современной социальной психологии и *human geography* ментальные (или когнитивные) карты окружающего

пространства рассматриваются как основа для дискуссии относительно индивидуальной идентичности. Исследователи правомерно считают, что невозможно понять, «кто мы», если в основание не заложен более сущностный вопрос «где мы», то есть, какова та практическая среда, в которой осуществляется наша жизнедеятельность. Следуя этому подходу, предлагается понятие «пространственной идентичности», которая понимается как сенситивная конструкция, связанная с воспоминаниями, чувствами, рефлексией относительно того места, которое является основной средой жизнедеятельности [Dixon, Durrheim, 2000]. По мнению авторов, идентификация формируется в процессе различных форм социальных интеракций и активной деятельности, связанных с данной средой. Ощущение своей тесной связи с определенной средой, чувство личностной «принадлежности» к ней является основой «пространственной идентичности».

Развивая этот подход, Дж. Роуэлс, например, отмечает три различных стадии в освоении пространственной среды: первая – стадия «физических интеракций» со средой, как детальная осведомленность относительно окружающего пространства (по типу «как добраться», это напоминает «путевую карту» Линча); вторая стадия – «социальные интеракции» как ощущение себя частью данного сообщества (например, «земляки») и третья – «автобиографическая» стадия формирования «пространственной идентичности» как ощущение биографической «встроенности» в данное пространство в течение длительного времени [Rowles, 1983].

Исходя из такого подхода «пространственной принадлежности», визуальные презентации образов городского пространства могут рассматриваться как способы самопрезентации, т.е. как способность через пространственные образы отображать собственную субъектность, собственные личностные смыслы. Тогда пространственные образы понимаются как образы, имеющие некую концептуальную основу, как форма визуализации своего «я» [Jameson, 2007; Kuby et al., 2007].

При таком рассуждении «картирование» понимается как символическая форма презентации себя, и, следовательно, от исследователя требуется интерпретация и расшифровка субъективных смыслов, которые заложены в построение этих своего рода «ментальных» карт [Soja, 2000]. Данный подход может быть проиллюстрирован результатами экспериментального картирования городского пространства детьми, жителями двух городов – Парижа и Берлина [1]. Школьников 10–12 лет, коренных жителей и мигрантов в этих двух городах, проси-

[1] Исследование проведено Ольгой Никитиной в рамках гранта DAAD (Referat 325, Kennziffer A/06/27372) «How Parisian and Berliner Children Perceive their neighborhood». Я благодарна коллеге за возможность демонстрации и публикации детских рисунков.

ли нарисовать их путь из дома в школу. При этом оказалось, что дети-мигранты рисуют, скорее, путевые модели своего движения по типу физического ориентирования в непосредственном пространстве города, тогда как коренные жители того же возраста рисовали более сложные образы, как модели своего существования в пространстве и времени, насыщая их точками, обозначающими отдельные эпизоды, связанные с памятью и предыдущим опытом. При устном комментировании своих схем дети обычно дополняли рисунки следующими пояснениями: «я всегда выбираю этот (обходной) путь, потому что однажды на этой дороге произошел страшный случай», или: «я люблю здесь гулять, потому что здесь стоит мое любимое дерево, на которое я люблю залезать», «здесь однажды убили человека», «это мое любимое место, мы здесь всегда играем с ребятами».

Апелляция к предшествующему опыту насыщала пространство ментальными точками, которые в своей совокупности воспроизводили жизненный опыт проживания данного пространства маленькими коренными жителями. Мы из своей жизненной практики можем представить то, какова роль этого первичного визуального образа своего пространства (образа детства) в последующем жизненном биографии-ческом опыте и становлении своего «я» любого человека.

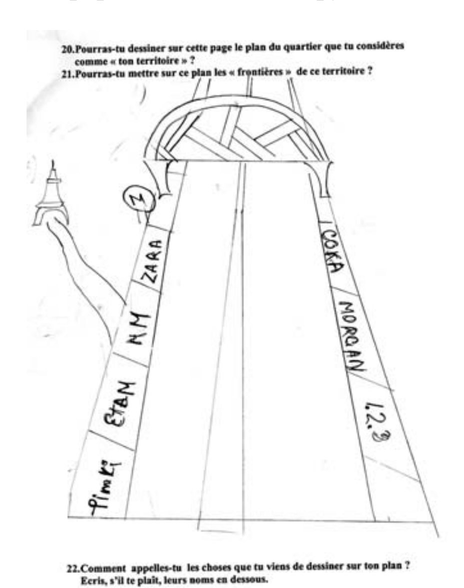
Зрительные образы «моего пространства» отображают сложность его восприятия и визуального выстраивания: от простого «линейного» картирования до сложной, населенной образами и людьми модели мира.

Одним из источников информации на этих картах, подлежащих комментированию и сравнению, было наличие начала и конца маршрута на картах мигрантов и коренных жителей (*Ил. 3, 4*), Различия между этими изобразительными практиками можно интерпретировать как символическую «укорененность» идентичности коренных жителей, отраженную визуально в наличии начала и конца «моего» пространства. Тогда как идентичность детей-мигрантов визуально не несет следов личностной привязки к данному пространству.

Дети-мигранты обычно не обозначали начало и конец, как будто это был путь из «ниоткуда» в «никуда», тогда как дети – коренные жители обычно фиксировали начальную точку «мой дом» и отмечали конец маршрута – «моя школа» (архив проекта А/06/27372). Даже чисто графически данные рисунки (*Ил. 4*), скорее, напоминают «ментальную схему», чем путевое описание маршрута: они более разветвлены, имеют центральную точку «начала пути» и его окончание.

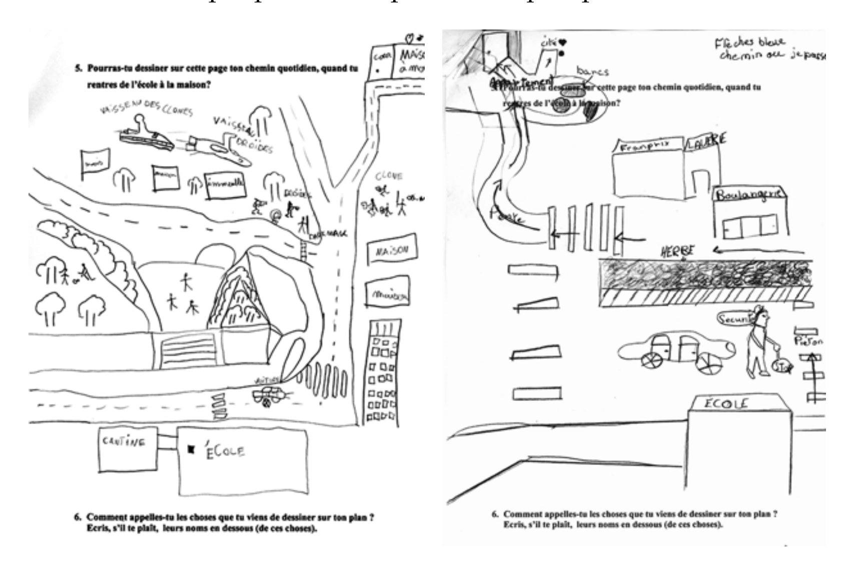
Образцы картирования детей-коренных жителей насыщены некими «ментальными точками», которые зафиксировали их детские страхи, а также позитивные переживания, связанные с данным мар-

шрутом в прошлом. Фактически, это наложенная на пространство схема психологических переживаний, связанных с опытом детства: образ родительского дома, области детских страхов, точки переживания позитивных эмоций. В рисунках зафиксирован опыт предшествующих практик детского личностного «взаимодействия» с непосредственной средой обитания, включая как собственный опыт, так и опосредованную информацию о нем от других людей (*Ил. 4*).



Ил. 3. Образец рисунка девочки из семьи мигрантов. Визуальное восприятие «своего» городского пространства (как дороги от дома к школе) в данном случае лишено каких-либо признаков его личностного освоения. На нем представлены только общезначимые ориентиры по пути движения, такие как: магазины, почта, автобусные остановки, переходы. Фактически представлена формальная путевая карта передвижения в безличном пространстве.

Таких личностных ассоциаций, связанных с данным маршрутом, значительно меньше у детей-мигрантов, не имеющих долгого опыта интеракций с данным местом. На карте маршрута зафиксированы только общетопографические точки: магазины различных фирм и офисные здания (*Ил. 3*). В дополнительных интервью были зафиксированы только точки общезначимых детских страхов относительно жизни в большом городе: здесь много пьяных, может укусить собака, много машин.



Ил. 4. Два образца рисунков маршрута из дома в школу коренных жителей большого города. Помимо разветвленности и насыщенности точками, связанными с разными эпизодами предшествующего пространственного опыта таких респондентов, на них зачастую представлены и сами субъекты, а также их знакомые, иногда с именами. Все эти моменты свидетельствуют о личностном освоении городского пространства и формировании пространственной идентичности у маленьких коренных жителей большого города, в отличие от предыдущей иллюстрации 3.

Заключение

Таким образом, интерпретации визуальных образов городского пространства могут сосуществовать и служить для раскрытия совсем разных подходов к проблематике городского пространства с точки зрения субъективно-объективные отношений. Если *human geography* изучает взаимодействие человека и окружающей среды с точки зрения пространства, локализации, окружения, взаимоотношения места и индивидов, его населяющих, то проблематика *пространственной идентификации* заставляет нас рассматривать городское пространство только как платформу для выстраивания и понимания субъективных миров.

Последний подход предлагает картирование как способ выхода на проблематику субъектности, раскодирования скрытых личностных смыслов и проблематику коллективной и индивидуальной идентичности, где уместно применение различных техник интерпретативного подхода.

Вместе с тем необходимо учитывать то, что карты являются достаточно схематичным воспроизведением сложного трехмерного пространства на двумерной плоскости. Они не всегда достаточно полно воспроизводят детали, объемы и конфигурацию реальности, поэтому эмпирическая их значимость как самостоятельного инструмента социального анализа достаточно ограничена (хотя бы графическими способностями и пространственным воображением возможных участников исследования), – первая особенность картирования городского пространства.

Вторая особенность – неизбежная упрощенность карт как схематичного отображения среды обитания предопределена, прежде всего, прагматическими задачами легкой читаемости схемы, «сжатого» описания исследуемого пространства.

Третья особенность картирования городского пространства связана с масштабом картирования. При описании города он может варьироваться от детального описания (улицы, дома) до предельно обобщенного (схема транспортных маршрутов). Практика показывает общую зыбкость визуального образа города, особенно в современном мегаполисе, его образ членится, фрагментируется, возникает множественность масштабов: с уровня улиц образ может перескакивать на уровень района или городского пространства в целом. Поэтому весьма важно заранее задавать респонденту возможный масштаб картирования.

Несмотря на данные осознаваемые ограничения в использовании карт как источника информации о пространстве социального, выстраиваются некие проблемные области, которые достаточно привлекательны для изучения с помощью картирования. Это направление эмпирического изучения социальной среды уже дало достаточно интересные результаты, начиная со ставшего классическим исследования Кевина Линча. Сейчас открываются все новые сферы его применения. Достаточно интересно и дальше обсудить проблемы, связанные с использованием «картирования» городского пространства. Какие идеи и контексты эти образы, обычно разобщенные, могут свести воедино? Дают ли они какую-то почву для социологических размышлений? На мой взгляд, интерес представляют ментальные карты стороннего человека (взгляд извне) и коренного жителя, сочетающего как публичный, так и приватный взгляд (взгляд изнутри), – туристский взгляд и взгляд «туземца».

Другим направлением анализа может стать изучение траекторий мобильности внутри городского пространства и опыта, связанного с освоением этих путей (например, город или районы с трамвайным движением; метро и опыты, связанные с подземным транспортом; переправы, транспортные остановки как знаковые точки города, на-

бережные как места рекреации, памятные точки, места встреч). Перспективны также пространственные опыты, связанные со специфически городскими видами деятельности: шоппинг, посещение официальных инстанций. Интересно изучить исторический дискурс в пространстве городской среды, пытаясь ответить на вопросы: как город эволюционирует от традиционно советского к капиталистическому? Чем отличаются визуальные образы ночного и дневного города? Как происходит эволюция восприятия городского пространства на протяжении отдельных этапов биографического пути: от детства к взрослости? Потенциально продуктивным направлением анализа является также выявление способов визуального отображения символики городского пространства (фото, рисунки и картины, карты, схемы транспортных артерий, архитектура) или картирование как методика получения социального знания и визуальной информации о социальных представлениях и повседневных практиках.

Список источников

Бурдье П. Социальное пространство и символическая власть // Thesis: теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. № 2. С. 137-150.

Вебер М. Город // М. Вебер. Избранное: Образ общества. М.: Юристъ, 1994.

Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4. С. 23-34.

Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычев; Сост. А.В. Иконников; Под ред. А.В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982.

Стрельникова А.В. Методология, методы и процедуры изучения городского пространства // Лаборатория социолога: из опыта полевых исследований / Ред. В.А. Ядов. М.: ИС РАН, 2008. С. 58-77.

Трущенко О.Е. Престиж центра: городская социальная сегрегация в Москве. М.: УРСС, 1995.

Dixon J., Durrheim K. Displacing place-identity: a discursive approach to locating self and other // British Journal of Social Psychology. 2000. № 39. P. 27-44.

Green T. Mental mapping of Pleasantness and Planning Objectives in the Town of Brillion Landscape. Unpublished Manuscript, 2007.

James A., Jenks C., Prout A. Theorizing Childhood. Cambridge: Polity Press, 1998.

Jameson F. Postmodernism or Cultural logic of Late Capitalism // New Left Review. 2007. № 3. P. 53-94.

Kuby M., Harber J., Gober P. Human geography in action. New Jersey: John Wiley and Sons, 2007.

Lynch K. Good City Form. Cambridge, Massachusetts, and London: The MIT Press, 1981.

Rowles G.D. Place and personal identity in old age: Observations from Appalachia // Journal of environmental Psychology. 1983. № 3. P. 299-313.

Soja E. Postmetropolis. New York: Blackwell Publishing, 2000.

Toennies F. Hoeffding H. Briefwechsel. Kiel, 1956.

Субъективные маршруты: когнитивные карты транспортных путей современных горожан

Наталья Сорокина

Город представляет собой пространство, населенное тысячами людей, наполненное разнообразными архитектурными и иными материальными объектами и испещренное транспортными путями. Общественный транспорт, как доступное населению средство городской мобильности, обладает рядом пространственных визуализированных характеристик. Визуальные изображения городских транспортных маршрутов, создаваемые и используемые пассажирами в их повседневной деятельности, содержат богатый материал для социолога и социального антрополога, будучи репрезентациями «существенных, регулярных, повторяющихся зависимостей между общественными явлениями» [Штомпка, 2007. С. 29]. Образы-карты траекторий городского транспорта, создаваемые участниками путешествий, отражают то, каким образом акторы видят взаимодействие элементов транспортной системы и воспринимают сущность услуги. Отрезки пути и остановочные пункты наполнены элементами, несущими разную смысловую нагрузку для пользователей, представляющих те или иные социальные группы, различающиеся потребностями и наличными ресурсами. Значения территориальных фрагментов зависят, с одной стороны, от социально-экономического и культурного контекста места, а с другой – от субъективного воспри-

Выражаю искреннюю благодарность за идейное вдохновение и профессиональную помощь в работе над статьей проф. Е.Р. Ярской-Смирновой.

ятия ландшафта, которое отражает существующие у людей потребности, занимаемые социальные статусы и роли, гендерные, возрастные, стилевые особенности.

Воспринимая окружающую действительность, мы считываем смыслы, запоминаем объекты, узнаем предметы и вещи, типологизируем явления и укладываем разрозненную массу информации в свою собственную, более четкую и понятную именно нам образную схему. Изложенная словесно или на бумаге, данная схема становится когнитивной картой, в которой зафиксирован фрагмент человеческого представления о жизни. Когнитивная карта – это визуальный образ пространства, опыт субъекта, представленный в виде рисунка, схемы. Изображения раскрывают субъективное видение автора и тех, для кого он репрезентирует [Круткин, Романов, Ярская-Смирнова, 2007. С. 10] свой визуальный опыт. Исследование практик картографирования обеспечивает «глубокое понимание того, как индивиды интерпретируют и структурируют городское пространство и используют данную информацию» [Huynh et al., 2008] как в знакомых, так и новых окружающих обстановках. Личная когнитивная карта развивается посредством нахождения в пути, предпринимаемого путешествия [Mondschein, 2005]. Каждая индивидуальная карта отражает символически значимые элементы и их взаимосвязи. Человек, относящийся к конкретной социальной группе, отражает в рисунке социально значимые ориентиры. Составитель когнитивной карты служит для нас экспертом в области городского обитания и совершения поездок.

Общественный транспорт видится нам как социальное явление, где создаются и воспроизводятся особые практики его использования, случаются столкновения интересов социальных групп. В задачи статьи входит качественный анализ когнитивных карт, нарисованных горожанами; использование комментариев респондентов для понимания того, каким образом субъективное восприятие и существующее понимание материального окружения отражаются на представлениях пользователей о свойствах транспортных маршрутов. Мы обсудим переживания пассажиров в связи с проблемой доступности и уровнем комфорта во время поездок; выявим то, каким образом восприятие материального окружения отражается в индивидуальных изображениях пассажирского пути, и представим типологию характеристик общественного транспорта на основе субъективных суждений пользователей по поводу их перемещений по городу в автобусе, трамвае, троллейбусе, маршрутном такси.

Транспортный путь в рисунках пользователей

Распознавание местности способствует ориентации в пути, помогает добраться до нужного места. Пространственные элементы

воспринимаются сознанием, остаются в памяти и окрашиваются эмоционально, в этом заключается возможность сопоставления образов, организации человеческой деятельности, формирования знания. Здесь кроется социальная роль «отфокусированного образа» материального окружения, которое служит подосновой коллективной памяти, выступает знаками коммуникации внутри группы и саморазвития индивида [Линч, 1982]. Ясное представление об окружающей действительности служит каркасом для накопления последующей информации, благодаря чему индивид имеет возможность сравнивать, соотносить знания, включаться в искусственно созданный из бетона, кирпича, железа и асфальта мир, и не только более четко организовывать свое перемещение, но и воспринимать, и воспроизводить смыслы, связываемые с объектами действительности, ориентироваться в пространстве в соответствии с личными потребностями и возможностями.

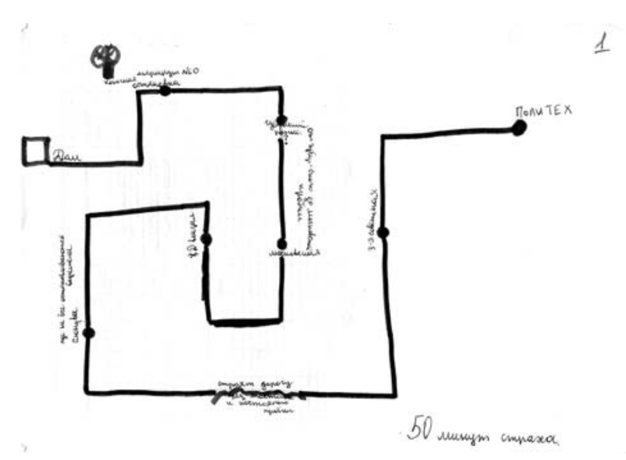
Субъективные маршруты пользователей общественного транспорта – это отражение окружающей действительности со считываемыми смыслами, запоминающимися объектами, распознающимися предметами материальной действительности. Городская действительность является местом социальных коммуникаций [Вебер, 1994]. Типологизация мест и вещей способствует структурированию разрозненной информации и предоставляет пользователю подвижную схему, изменяющуюся в зависимости от потребностей и содержания жизненного мира конкретного актора.

С целью интерпретации субъективных городских маршрутов мы обратились к пассажирам, которые на время приняли на себя роль «рисовальщиков» своего обычного ежедневного пути. Сбор эмпирических данных осуществлялся с сентября по декабрь 2008 года в городе Саратове. Двадцати информантам (мужчинам и женщинам в возрасте от 19 до 57 лет: студентам, работающим и молодым матерям) предлагалось изобразить и кратко прокомментировать один из наиболее часто совершаемых маршрутов их обычной жизни. Побуждением к работе выступала следующая формулировка: «Изобразите, пожалуйста, какой-либо Ваш путь (в любом направлении) по городу, который Вы часто совершаете на общественном транспорте. Кратко прокомментируйте Вашу поездку». Карта-путь каждым актором создавалась по собственному разумению. Как правило, в качестве основной рисовальной техники наши информанты выбирали схематичный рисунок, вычерчивая на листе формата А4 линии дорог с указанием мест, которые имеют какое-либо значение для автора карты (остановки, здания, парки, магазины, мусорные баки…) и иных объектов городского пространства. Нами было получено 20 изображений, которые можно определить как когнитивные карты, высту-

пающие индивидуальными репрезентациями транспортных маршрутов. На картах отображены представления участников движущихся потоков городского пространства, которые выстраиваются в визуальные образы значимых фрагментов окружающей действительности. Приступив к анализу, мы воспользовались идеей «читаемого» [Линч, 1982] города, с возможностями визуального распознавания его пространственных ареалов.

Мы провели качественный анализ получившихся рисунков, который включает личные интерпретации ответов и субъективные смыслы [Гуреев, 2007] наших «рисовальщиков». Мы рассматривали полученные изображения как отпечаток особенностей индивидуального восприятия явлений, социальных отношений или объектов. Создавая эскизы, наши респонденты, с одной стороны, отмечали объекты, привлекающие их внимание в обычной жизни, а с другой – давали определение и оценку значимым для них социальным явлениям, в том числе, разумеется, транспорту.

Пара зарисовок, изображающих поездку на маршрутке, соединяющей два района в разных краях города, содержит следующие надписи: «*50 минут страха*» (*Ил. 1*) и *«40 МИНУТ тряски в транспорте»*.



Ил. 1. Поездка на маршрутке (Наташа, 21 год, студентка). Довольно распространенные выражения, основывающиеся на серии словесных композиций неформальных объявлений, встречающихся в салонах «маршруток», перекочевали на карты-схемы наших информантов.

Таким образом, схема проезда приобрела новый формат восприятия: здесь есть доля личных эмоциональных переживаний опасности, смешанных с иронией, что передается при помощи цитат из объявле-

ний, не один год маячащих перед глазами пассажирки. Подобные объявления относятся к элементам постфольклора [Неклюдов, 1995] «маршрутки», в которых отражаются разделяемые пассажирами и водителями знания о неудобствах и дискомфорте поездки. Насмешка над условиями поездки становится карикатурной жалобой на обстоятельства совершения пути.

Когнитивные карты открывают для нас уникальные перспективы взглядов на поездку. Интерес представляет рисунок, выполненный человеком, находящимся в своеобразной лиминальной стадии: это постоянный пользователь трамвая, который год как пересел за руль автомобиля (*Ил. 2*).



Ил. 2. Поездка на трамвае и машине (Нина, 19 лет, студентка). Знание поездок на общественном транспорте и личном автомобиле вылилось в картинку с трамвайными путями, обозначением остановки трамвая № 3, силуэтом авто и оценочными подписями.

Автор этого рисунка находится в переходном состоянии от безучастного совершения поездки, когда отсутствует необходимость в самостоятельном управлении транспортным средством, к лично контролируемому проезду по городу. Теперь пассивное принятие водительской власти заменяется возможностью управлять процессом перемещения. «Дурацкий перекресток», неудобный из-за отсутствия регулирующего светофора, «плохая дорога» в смысле испещренного ямами асфальтового покрытия, «нет места» в плане свободных островков для парковки вблизи от учебного заведения, в котором обучается студентка – автор рисунка. Промежуточное знание актора предоставляет ракурс для сопоставления плоскостей субъективного восприятия значимых атрибутов, зависимых от конкретной социаль-

ной роли. Создавая образ окружающего пространства, актор обращается к личному опыту исполнения определенных ролей, которые в момент рисования карты наложились друг на друга (пассажир и водитель автомобиля), и подмечает новые значения объектов и характеристик пространства.

Молодежь в возрасте 19–20 лет – это мобильная группа людей, посещающих множество мест, связанных с их образом жизни. Пункты путешествий молодых людей: места учебы, работы, проведения досуга. Прогулки и походы в развлекательные заведения всегда случаются в «центре» – «*это Крытый рынок, проспект Кирова, парк Липки, набережная*» (20 лет, студентка). Самые главные «центральные» места города и обозначаются на картах. На официальной карте населенного пункта парк и набережная отдалены от географического центра города. Зато по своему назначению «центральные» места совпадают с представлением о пространстве, где можно хорошо провести свободное время: здесь широкая, освещенная фонарями (за исключением парка Липки) зона для пеших прогулок, клубы, магазины одежды, множество кафе и точек продажи фаст-фуда и алкоголя.

На картах, помимо линий-дорог, рисовальщики обозначали (пунктирами, стрелками) и свои пешеходные тропы (три изображения). До нужных остановок иногда приходится проходить пешком несколько кварталов. «Маршрутки» всегда более доступны в плане близости расположения, чем крупный городской общественный транспорт. Если же используется троллейбус, трамвай или автобус, пассажира ожидает пешая прогулка до места назначения: *«проезжаю несколько остановок, выхожу и дохожу пешком, куда мне нужно, соответственно»* (Интервью 1). На маршрутке получается быстрее, что удобно и мобильно, а на общественном транспорте дешевле. На рисунке Паши отмечена лишь остановка маршрутного такси и символически изображена именно «газелька», на которой путешественник в большем числе случаев останавливает свой выбор, несмотря на близкое расположение автобусных и трамвайных остановок с подходящим направлением маршрута.

В некоторых случаях (три изображения) основой для изображения пути выступала фактически официальная схема маршрута с обозначением остановок, такие вывешивают в салоне городского транспорта. Самые длинные отрезки карты-схемы: пеший путь от дома до остановок и линия движения транспорта. Обилие маршрутов, подходящих для того, чтобы добраться до нужного места, не гарантирует свободной доступности услуги – маршрутки:

> …битком идут к тому времени. Вот. Ну, 75ак, 86, 85а – это маршрутные такси, и в принципе я их предпочитаю, несмотря на то, что 18д – он большой автобус и там дешевле. Дело в том, что на

> 1-й Дачной – стрелке в этом районе всегда большие пробки и стоять в автобусе набитом битком – это удовольствие малое. А маршрутки, они часто могут объехать эту пробку, и вообще, когда сидишь, нежели стоять, в пробку удобнее (Интервью 2).

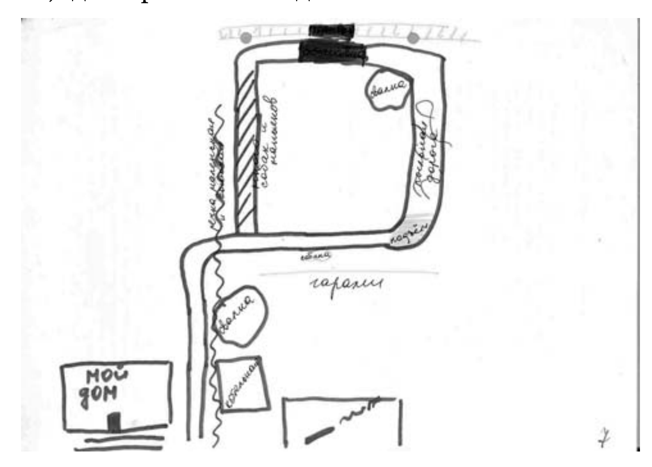
Плотно заполненные транспортные помещения, заторы, отсутствие посадочных мест – все это барьеры, вызывающие ощущения дискомфорта и негативные эмоции. Препятствия и другие характеристики отображены на эскизах и комментируются, благодаря чему транспорт получает ряд категорий. Транспорт воспринимается не только исключительно визуально, но и ассоциируется с рядом функциональных и эмоциональных признаков.

Пытаясь уловить смысл человеческого взаимодействия с материальным объектом городской среды, выявить «феноменальность» [Амин, Трифт, 2002] жизненного мира пассажиров, мы определили наиболее значимые для пользователей характеристики общественного транспорта. Это, во-первых, *мобильность*, особенно при помощи того вида транспорта, который позволяет сократить траты личного времени в пробках или доставляет пассажира почти к подъезду собственного дома. Во-вторых, *доступность* использования общественного транспорта, в-третьих, особенности *эмоционального восприятия*, связанные с оценкой: позитивное или негативное отношение. К позитивному образу можно отнести черный юмор, с которым подходят к описанию транспортной поездки. Юмор служит способом совладания со стрессом в ситуациях риска. Наконец, это *сопоставительная форма* – опыт поездок дает возможность сравнивать виды транспорта, анализировать качества предоставляемой услуги.

Анализируя карты, мы обращали внимание на композицию и предметность [Гуреев, 2007]. Композиция, отражающая взаимосвязь нарисованных элементов, демонстрирует свойства социального объекта. Основные элементы получившихся изображений: дороги, транспортные средства (не в виде символичной фигуры, с указанием номера маршрута) и городские постройки. Транспорт, вписанный в городское пространство, воспринимается как посредник перемещения и замещает перечисляемые объекты, требующиеся для ориентирования в пространстве. Следуя идеям К. Линча, который подчеркнул «визуальные качества» городов и установил задачу исследования мысленного образа города, имеющегося у его обитателей, определим город как воспринимаемое жителями пространство и «продукт деятельности» застройщиков [Линч, 1982].

Предметность изображения – это смысловая составляющая образа, содержащая индивидуальные и универсальные образы-символы (например, красный крест для больницы; стрелочка для направления движения; пунктир – для пешеходного пути). Способы изображения раскрывают значения объекта для рисовальщика. Лич-

ностным аспектом объекта выступает как возможность перемещения, так и ограниченность доступа, наличие барьеров, зон различных рисков. Так, на одной из зарисовок (*Ил. 3*) респондентом были отмечены места, где встречаются бездомные животные:

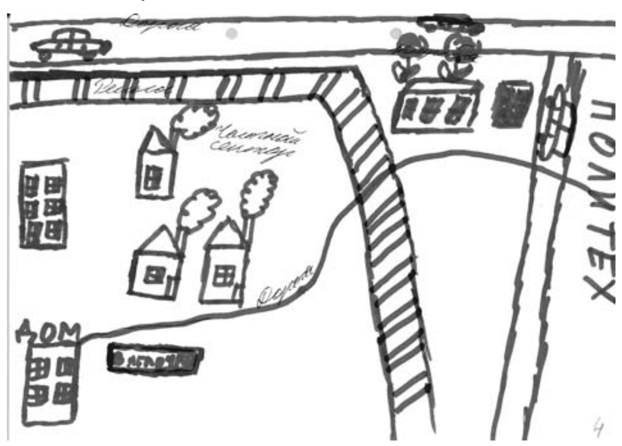


Ил. 3. Поездка на трамвае (Марина, 20 лет, студентка). На рисунке выделены элементы (собака, «вонючая» речка, гаражи), вызывающие неприятные, тревожные ощущения.

«Собака» – это субъективный образ опасности, сопровождающийся неприятными переживаниями из прошлого и ощущением тревоги. На другом изображении (*Ил. 5*) объектом, индивидуально воспринимаемым как барьер, выступили трамвайные линии, которые «*идут в обе стороны, еще и автомобильная дорога, переходить с коляской жутко не удобно*» (Интервью 5). Вслед за мыслью А. Бикбова, осветившего две плотно связанные между собой инстанции: «пространственное тело» города и «индивидуальное тело» горожанина, встроенное и регулируемое пространством [Бикбов, 2002], подчеркнем значение данного взаимодействия, отражающегося на действиях и представлениях городских обитателей.

Полученный эмпирический материал можно разделить на группы когнитивных карт по типам репрезентации ключевого для информанта транспортного пути. *Один из таких типов* представлен схемой маршрута, исключающей какие-либо объекты городского пространства. За образ пути берется известный образец бумажной схемы. Информант применяет известный ему метод изображения маршрута к описанию окружающей обстановки. Объясняя путь, автор рисунка забывает о субъективно важных мелких деталях, под-

робностях городской среды, сводя карту к лаконичному чертежу с набором подписей, в большинстве случаев представляющих собой официальную топонимику остановок. *Второй тип* – это рисунок-карта, снабженная картинками (символами машин, трамвая, автобуса, человека, дерева и проч.) или условным обозначением узнаваемых городских построек (сетевой магазин, больница, стадион, учебное заведение) (*Ил. 4*).



Ил. 4. Поездка на трамвае (Татьяна, 20 лет, студентка). Графические элементы обозначают на карте не только сам маршрут, но пешеходные, автомобильные и трамвайные пути, клумбы, частные и многоэтажные дома...

Для описания элементов городского пространства привлекаются иконические знаки, знакомые нам с детства и всем понятные графические прообразы реальных материальных объектов: все мы когда-то учились рисовать домики, цветочки, кораблики и машинки. Третий тип репрезентации отличается своей потенциальностью, поскольку представляет варианты перемещения с перечислением проходящих мимо и идущих в нужном направлении маршрутов. Здесь освещаются допустимые способы поездки и оценивается их осуществимость, то есть имеющиеся возможности перемещений.

Маршруты общественного транспорта в нуждах разных пассажиров

Поездка на транспорте – это практика, обусловленная пространственными и временными параметрами. В зависимости от направления маршрута, времени суток и дня недели общественный транспорт обслуживает запросы людей на повседневные поездки по делам (на работу, до

места учебы) и досуговые выезды. Как отметили социологи Кемеровского университета по результатам структурированного наблюдения использования горожанами автобуса, «главное – доставить людей до места назначения» [Бизюков, 1991. С. 89], а именно, в утренние часы до рабочих мест, что подтверждается достаточным числом транспортных средств на линиях. Вечером же, когда люди возвращаются домой или заинтересованы в совершении досуговых поездок, количество транспорта сокращается, время интервала между появлением перевозчиков на остановке возрастает. Получается, что организация транспорта гарантирует в большей степени удовлетворение интересов работы, а не свободного времени, отдыха и восстановления сил.

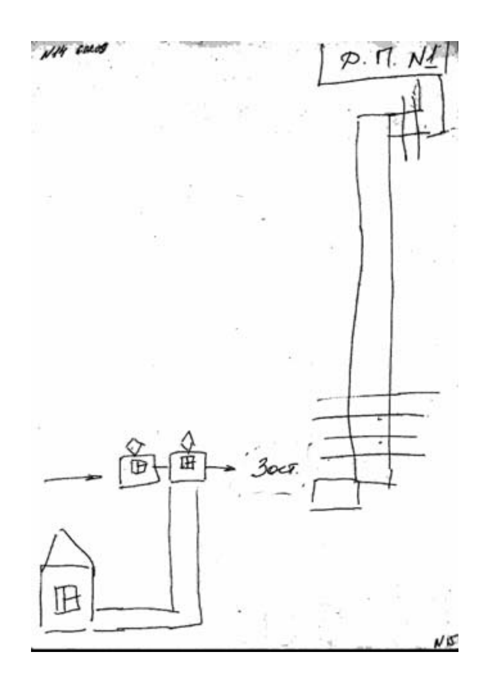
Условно разграничим типы пользователей общественного городского транспорта на *рядовых* (трудоспособных граждан, студентов и пенсионеров) и *особенных пользователей* (молодых матерей, беременных женщин, инвалидов). Авторы приведенных до сих пор типов картирования – это рядовые пользователи. Особые карты рисуют те информанты, у кого есть дополнительные критерии качества и доступности транспортных услуг. На таких картах и в пояснениях к ним отмечаются барьеры, сложности путешествий, вероятные риски и способы их избегания. К особому типу можно отнести картинки «чужаков», демонстрирующих уникальные примеры восприятия городского пространства иногородними или иностранцами, слабо ориентирующимися в городском пространстве и помимо минимального набора известных мест не способных сказать, что находится вокруг. Из комментариев рисовальщицы видно, что хотя она не разбирается, «*какие места на пути*», но минимальный набор ориентиров и схваченные местные языковые коды позволяют ей выполнять намеченное: «*знаю "Стрелка", там маршрутка поворачивает, еду и знаю, после заправки говорю: "Остановите на остановке*"» (Интервью 3).

Авторами «особенных карт» стали молодые матери с детьми (*Ил. 5*). Настоящий период жизни матери связан с заботой о ребенке, что отражается на географии и условиях перемещений, влечет особые переживания, связанные с погружением в транспортное пространство: сложно попасть в салон с ребенком на руках, коляской или санками, неудобно выбираться из высокого вагона или машины, долго идти пешком от остановки до поликлиники. Иллюстрация 5 содержит центральные объекты восприятия и объяснения пространства: дом, где живет женщина, вид транспорта, на котором возможно приблизиться к месту частых материнских посещений, поликлинику и основной путь с элементами преград (трамвайными рельсами, промежутком дороги, крайне сложным для пересечения на коляске). Таким образом, на карте отражен сценарий пути с минимальным набором значимых пунктов, в том числе известными человеку преградами. Зафиксированные в памяти объекты позволяют подготовиться к преодолению трудных

элементов пространства, а в некоторых случаях и вообще отказаться от совершения путешествия на общественном транспорте, подобрав альтернативный способ. Так, один из наших респондентов сделал выбор в пользу личного автомобиля, технологически модифицированного под его нестандартные особенности: «*Льгота есть такая – пользоваться транспортом, но нет возможности, потому что взобраться в тот же троллейбус или трамвай порой даже здоровому человеку не всегда легко, а не имея..., как сказать, имея ограничения при отсутствии двух ног – очень проблематично*» (Интервью 4) – и даже возможность льготного проезда не заставила его колебаться при выборе средства для перемещения.

Элементы, с помощью которых актор создает образ окружающей среды, выстраиваются в картину, являющуюся отпечатком взаимодействия человека с наблюдаемой им реальностью. Пространство служит материалом визуального восприятия, «а наблюдатель, обладая высокой степенью приспособляемости и исходя из собственных нужд, отбирает, организует и наделяет значением то, что он видит» [Линч, 1982]. Сложившийся образ, с одной стороны, содержит информацию, а с другой – ограничивает «круг воспринимаемого». Пассажир-путешественник выбирает для себя определенный сюжет, соотносящийся с его потребностями, наиболее подходящие ориентиры, отождествляет круг воспринимаемого с разного рода впечатлениями, рождающимися в ходе взаимоотношений с окружающей действительностью. Следовательно, у каждого путешественника формируется своя карта, отражающая субъективное восприятие, реализующееся в условиях конкретной городской среды: одним путь представляется в виде транспортной схемы, вторым – в наброске с символичными иллюстрациями, третьим – в форме потенциального ресурса, а четвертым – в качестве барьерной среды. Изображения, содержащие точки препятствий на пути людей с ограниченными возможностями, демонстрируют закрепленные в памяти индивидов сложности и неприятные переживания по причине неприспособленных условий, с которыми следует бороться (*Ил. 5*).

В связи с этим приведем пример активизации мобильности инвалидов – Бурятский фонд создания безбарьерной среды издал городскую карту для людей с ограниченными возможностями, где отмечены места, куда инвалид может заехать на своей коляске [Региональный общественный Фонд... 2008]; на схеме лондонского метро отмечены те станции, где создана доступная среда. Можно сказать, что мерами властей произведена попытка заменить проблемное восприятие городской среды «картой доступности». Тело человека, ограниченного в передвижении по причине особенностей мобильности, вынуждено вписываться в тело пространственное, в схему городских маршрутов и помещений.



Ил. 5. Дорога молодой мамы до детской поликлиники № 1 (Ксения, 23 года, мать ребенка полутора лет).

Многие изображения отражают в основном два сценария путешествия: путь из дома на работу / учебу, связанный с родом индивидуальной занятости, и дорога на отдых, в гости, на прогулку, т.е. досуговый. Особняком стоит забота о ребенке, с которой связана потребность в посещении специальных заведений (поликлиник, детских садов, школ).

Свою карту (*Ил. 5*) Ксения прокомментировала: *«До поликлиники далеко идти, тяжело с ребенком маленьким на руках. В транспорт сложно зимой, санки не затащишь. Напрямую до поликлиники не доберешься, это просто жутко, сколько пешком идти. С коляской не ездим в транспорте, т.к. ее сложно затащить»*, поэтому приходится с малышом на руках ехать на трамвае. Таким образом, появляется третий сценарий путешествий – маршрут, связанный с обязательством по заботе и воспитанию.

* * *

Транспорт включен в социально-исторический и экономический контекст, подвержен влиянию механизмов контроля, социальных институтов, общественной морали. Центральным методом визуального исследования пассажирских практик общественной поездки для нас послужило картографирование транспортных маршрутов в перспективе повседневной необходимости разных пассажирских групп. В качестве источников, говорящих нам об исследуемой проблеме, мы использовали зафиксированные пассажирами в визуальных образах пути перемещения в общественном транспорте. Карты с нанесенными на них обозначениями дорог, зданий, людей содержат человеческое восприятие окружающей действительности. Текст в виде когнитивной карты стал способом видения географии пути, возникающих

ассоциаций, отношений, удобств и барьеров из пассажирской обыденности. Карты, которые создают сами пассажиры, объясняя удобный маршрут и протяженность пути, мы интерпретировали с помощью вербальных комментариев автора. Эти образные пояснения предоставляют знание о транспортных удобствах, удачных направлениях или, наоборот, ограниченности и дискомфорте услуги.

На полученных картах очерчены пространства, характеризующиеся в беседах-комментариях как периметры с наличием барьеров, препятствующих свободному пути. Зачастую, это места на дорогах, где случаются частые заторы, или пешеходные зоны в три-пять кварталов без путей общественного транспорта. Из интервью стало ясно, что в дополнение к пробкам и отсутствию транспортных линий добавляются ограничения по времени, а именно, в связи с интервалом и графиком работы общественного транспорта.

Если посмотреть на официальные карты города и схемы транспортных маршрутов, утвержденных Министерством по развитию транспортного комплекса Саратовской области, то с учетом разнообразия типов пользователей общественного транспорта и различий в целях человеческих поездок, станет ясно, что удобство устоявшихся направлений находится под вопросом. Устоявшиеся транспортные направления должны учитывать интересы потребителей транспортной услуги, следовательно, включать в свои маршруты остановочные пункты рядом с организациями, заводами, центрами медицины, учреждениями для инвалидов, пенсионными фондами.

Транспорт представляет собой средство реализации интересов представителей разных городских групп. Первоочередным интересом выступает проезд до нужного места. Трудоспособные с относительно небольшими затратами (если сравнивать с дорогостоящим обслуживанием личного автомобиля или вызовом такси при отсутствии персональной машины) добираются в начале рабочего дня до места профессиональной деятельности, а по окончании своего труда – до дома. Маршруты пролегают мимо заводов, офисных зданий, фабрик, учебных заведений и магазинов, этим точкам производства и потребления соответствуют официально утвержденные остановки. География нашего маршрута предлагает гражданам проезд до Саратовского подшипникового завода, ОАО «Электроисточник», Кондитерской фабрики, делового офисного центра «Навигатор». Молодежь доезжает до университетов и школ. А вот пенсионеры с трудом реализуют потребность в посещении медицинских учреждений и пенсионных фондов. К примеру, чтобы добраться до районного пенсионного фонда на ул. Хользунова, пожилому человеку необходимо преодолеть пешком несколько кварталов.

Направления пути молодых матерей тоже усложнены. Перед ними стоит регулярная необходимость в будние дни перед работой успеть завести ребенка в детский сад, школу или попасть в поликлинику. Детские

сады и поликлиники, включая детские стоматологические, находятся на некотором расстоянии от остановок, в среднем нужно пешком преодолевать квартал. Инвалиды довольно редко используют маршрутки, направляясь в социальные службы, реабилитационные центры, на ортопедический завод, хотя остановки расположены в непосредственной близости от этих учреждений. Чаще используется маршрутка инвалидами из интерната, родителями с детьми-инвалидами, посещающими детскую спортивную школу, – расположение этих остановок тоже весьма удобно. Впрочем, в отличие от водителей автобусов, трамваев и троллейбусов, «маршрутчики» могут подходить к принятию пассажиров с некой избирательностью. Завидев очередного льготника на костылях или ветерана, женщину с ребенком-инвалидом, водитель «ГАЗели» может проехать мимо. Сохранив «льготное» место свободным, водитель обеспечивает возможность получения дохода, делая ставку на выручку вместо социального одобрения пассажирской группы.

Субъективные маршруты пользователей общественного транспорта – это отражение окружающей действительности со считываемыми смыслами, запоминающимися объектами, распознающимися предметами материальной действительности. Типологизация мест и вещей способствует структурированию разрозненной информации и предоставляет пользователю подвижную схему, изменяющуюся в зависимости от потребностей и содержания жизненного мира конкретного актора. При анализе карт учитывалась их композиция и предметность. Рисунки и неструктурированные интервью-комментарии к изображениям горожан мы проанализировали с учетом индивидуальных интерпретаций респондентов, выделив несколько характеристик, которые пассажиры связывают с транспортом: мобильность, ограниченную доступность, эмоциональность восприятия, провоцирующего положительные или отрицательные реакции. В связи с тем, что каждый путешественник акцентирует внимание на значимых именно для него (или для нее) атрибутах, очевидно то, что субъективная карта – это выражение личного восприятия. Полученные нами типы изображения пути представлены в четырех форматах: транспортная схема, набросок с иконическими знаками, путь потенциального ресурса и маршрут с барьерами.

Траектории человеческих перемещений определяются индивидуальными потребностями и возможностями, а также транспортными маршрутами. В изображениях содержится информация о субъективном восприятии пространства, где вырисовываются значимые для акторов элементы, отличающиеся удобством или дискомфортом, доступностью или наличием барьеров. Система городских транспортных маршрутов нацелена на обеспечение перемещений. Транспорт является полезной, но жесткой структурой, чья функция сводится к предоставлению услуги. Однако пользователи формулируют новые потребности в специальных приспособлениях, безопасности, обновлении координат. А значит, су-

ществующая транспортная структура должна развиваться в пользу потребителей.

Список источников

Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3-4. С. 209-233 // http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/amin.html.

Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996.

Бикбов А. Москва/Париж: пространственные структуры и телесные схемы // Логос. 2002. № 3-4. С. 145-168 // http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/bikbov.html.

Бизюков П.В., Савельев Е.Б. Метод структурированного наблюдения при оценке работы городского транспорта // Социологические исследования. 1991. № 1. С. 88-89.

Вебер М. Город // М. Вебер. Избранное. Образ общества. М.: Юристь, 1994.

Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132-139.

Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3 (34). С. 23-34.

Кларк Д. Потребление и город, современность и постсовременность // Логос. 2002. № 3-4 // http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/klark.html.

Круткин В.Л., Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Интеллектуальное поле визуальной антропологии // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 7-17.

Линч К. Образ города. М.: Стройиздат, 1982 .

Неклюдов С.Ю. После фольклора // Живая старина. 1995. № 1. С. 2-4.

Региональный общественный Фонд строительства жилого комплекса инвалидов-колясочников и создания безбарьерной среды в республике Бурятия // Сайт РООИ «Перспектива» // http://obrazovanie.perspektiva-inva.ru/?449.

Штомпка П. Визуальная социология: Фотография как метод исследования. М.: Логос, 2007.

Mondschein A. Cognitive mapping, travel behavior, and access to opportunity/Paper submitted for presentation at the 85th Annual Meeting of the Transportation Research Board, 2005 // http://www.uctc.net/scripts/countdown. pl?753.pdf.

Huynh N.T., Brent Hall G., Doherty S., Wayne W., Smith. Interpreting urban space through cognitive map sketching and sequence analysis. The Canadian Geographer // Le Geographe canadien. 2008. № 52 (2). P. 222-240.

Описание полевых данных

Иллюстрация 1. Наташа, 21, студентка.
Иллюстрация 2. Нина, 19, студентка.
Иллюстрация 3. Марина, 20, студентка.
Иллюстрация 4. Татьяна, 20, студентка.
Иллюстрация 5, интервью 5. Ксения, 23, мать ребенка полутора лет.
Интервью 1. Паша, муж., 20, студент.
Интервью 2. Марина, 20, студентка.
Интервью 3. Майя, 23, аспирантка из зарубежного университета.
Интервью 4. Дамир, 42, специалист линейного цеха связи Приволжской железной дороги.

РАЗДЕЛ 2.

ГОРОДСКИЕ ОБРАЗЫ: ПУТЕШЕСТВИЯ ВО ВРЕМЕНИ И ПРОСТРАНСТВЕ

«Ковчег былого»: город как объект исторической экскурсии

Борис Степанов

> …тут явственно звучит миф, и как-то даже стыдно подумать, что мы можем побывать в этом мифе, вспрыгнув на трамвай номер пятый. Мы бегаем по улицам Петербурга, …летим в трамваях на Васильевский остров и не знаем, что живем в сказке, что этот город не простой, не естественный, что он не вырос, как растут поселения,… а пригрезился однажды Петру и так и затвердел, как пригрезился. Уплотнился, опустился на землю, стал оформленным, вещественным, каменным.
>
> *Л. Галич* [1]

Обращение к анализу опыта городского существования сыграло решающую роль в формировании современных Urban Studies, поскольку приблизило исследователей к познанию многообразия модусов городского существования и текучей повседневности города, позволило увидеть на фоне рационально спланированных и массово востребованных городских пространств более или менее индивидуально и субкультурно обживаемые места и маршруты [См. об этом: Stevenson, 2003. P. 55-72]. Однако познавательный статус рефлексии о городском опыте остается пока еще достаточно неопределенным. Как отмечают Э. Амин и Н. Трифт,

[1] Цит. по: Осповат, Тименчик, 1985. С. 136.

«как и для фланерства, для ритманализа не существует достаточно ясных методов, но лишь еще другие метафоры, вроде восприимчивости и открытости во вне» [Амин, Трифт, 2002. С. 221]. Эта ситуация чревата двумя крайностями. С одной стороны, стремясь обрести убедительность опыта, теория утрачивает свой теоретический статус. С другой стороны, как это часто бывает, в рамках подобных стратегий аргументации, «опыт» противопоставляется «теории» как нечто «жизненное», «безусловное» и «предшествующее рефлексии» «искусственному», «обусловленному» и рефлексивному. При этом, однако, нередко уходит из внимания тот факт, что сам по себе опыт никогда не бывает безусловным. Он включает в себя культурные (и, в частности, – медийные) опосредования и моменты рефлексии и, соответственно, мы можем говорить об определенной эстетической конструкции опыта [См. об этом: Гудков, 1994. С. 319-351]. Точно также и теория никогда не существует без опоры на какой-либо опыт, более того, – сама является частью определенного опыта, формой практики теории. Сегодня рефлексия о городском опыте связывается зачастую с художественными и интеллектуальными практиками – сюрреалистическими, ситуационистскими и другими – отстранняющими повседневные автоматизмы [См., напр.: Запорожец, Лавринец, 2007 [1]]. Я бы хотел говорить об иной эстетике и, значит, – иной рефлексии о городе. В качестве материала для выявления этой иной эстетики, связанной с поиском целостного переживания города, мной была выбрана теория Н.П. Анциферова, ориентированная на восприятие и осмысление исторических городов. В основе этой теории – феномен исторической экскурсии как определенной формы организации городского опыта, вырабатывающей способы прочтения и переживания городской среды. Для меня также важно то, что экскурсия – это образовательная форма, что делает особенно актуальным постановку вопроса о связи опыта города со знанием о нем, а также об устройстве этого знания, в рамках которого оказываются востребованы рефлексивные возможности науки с одной стороны – и искусства и литературы, – с другой.

Анализ работ Н.П. Анциферова представляется важным предварить указанием на социальный и культурный контекст возникновения теории экскурсии. Идея экскурсии была воспринята Николаем Павловичем у его учителя И.М. Гревса, который одним из первых институциализировал экскурсию как одну из форм высшего исторического образования. Непосредственное изучение итальянских городов, которым завершались историческое семинарии Гревса, должно было, по его мысли, способствовать «углублению знаний, проверке

[1] Эта работа стала важным импульсом для формулировки тезисов нашей статьи.

понятий, образованию идей и уточнению приемов и навыков их добывания» [Гревс, 1910. С. 10] и, одновременно, личностному ощущению своей связи с прошлым. Этот опыт оказался востребован в первые послереволюционные годы, когда была предпринята попытка сделать экскурсии одним из базовых элементов массового просвещения и системы образования. Разумеется, и статус этого опыта, и его контекст были уже совершенно другими. Для представителей интеллигенции, вошедших в ряды экскурсионистов, эта деятельность стала одной из возможных форм сотрудничества с властью и, одновременно, возможностью интеллектуального выживания в ситуации академической несвободы и сохранения культурной традиции. Не случайно деятельность организованных в Москве и Петрограде экскурсионных институтов оказалась тесно связанной со становлением краеведческого движения. Н.П. Анциферов был здесь весьма заметной фигурой: в 20-е годы он выпустил несколько трудов по теории города и его экскурсионного изучения, однако более известными стали его работы «Душа Петербурга», «Быль и миф Петербурга», «Петербург Достоевского», ставшие классикой петербургского краеведения. Рассматривая этот корпус текстов как выражение единого интеллектуального проекта, нельзя не учитывать того дискурсивного разнообразия, которое мы в этих текстах обнаруживаем и которое можно считать выражением двойственности ситуации, определившей формирование экскурсионной теории Анциферова. Если «Душа Петербурга» и примыкающие к этой книге статьи – это поэтическая историософия города, претендующая на то, чтобы в судьбе города и его ландшафта увидеть судьбу империи как некоего классического наследия, то в теоретических работах рефлексия о городе производится уже систематически и отвлеченно, задачей же работ и разделов, посвященных теории экскурсии, служит инструментализация экскурсии как опыта освоения городской среды. Выразительным образцом сочетания этих разных дискурсивных стратегий является книга «Быль и миф Петербурга», которая и будет находиться в центре нашего анализа. Достоинством этой работы по сравнению с «Душой Петербурга» Анциферов считал наличие топографического анализа [См.: Анциферов, 1926г. С. 102-103]. Обращение к ней дает мне возможность анализировать не только теоретические декларации, но и практику построения конкретной экскурсии, уделяя особое внимание той модели знания о прошлом города, которая в данной экскурсии реализуется.

Исторический город в теории экскурсии Н.П. Анциферова

Приступая к характеристике теории экскурсии Анциферова, я должен отметить, что эта характеристика, по необходимости, будет

весьма утрированной, поскольку я, во-первых, отвлекаюсь от различения типов экскурсий (напр., литературных и историко-культурных) и оставляю за рамками своего анализа музейные экскурсии, а также так называемые «экскурсии в природу» и «экскурсии в современность». Моя задача – дать более или менее целостный набросок городской историко-культурной экскурсии.

Как мне уже приходилось писать, теория экскурсии Анциферова вполне вписывается в контекст становления модернистского урбанизма, однако ее отношение к последнему – что, вероятно, будет справедливо и для любой другой рефлексивной конструкции – будет неизбежно неоднозначным [Подробнее об этом см.: Степанов, 2008]. Воспринимая импульсы туризма и новых городских практик, она полемически заострена в отношении массовых форм этого опыта. Объектом критики оказывается заданность того набора объектов, который должен быть воспринят туристом, внешняя яркость, декоративность этих объектов – и соответствующая ей поверхностность и потребительский характер этого восприятия. Соответственно, русский историк пишет и о невозможности разорвать порочный круг, который образует система воспроизводства этого опыта, где «гид – слуга интересов туриста, турист – раб навыков гида» [Анциферов, 1926в. С. 7].

Прежде всего, город представляется Анциферову как некое индивидуализированное целое, что выражается в таких базовых для его текстов метафорах, как «душа города», «лицо города», «гений места» [Опыт теоретического осмысления «чувства места» см: Филиппов, 2008. С. 195-212]. Понятно, с этой точки зрения проблематика (пост-)индустриального и технологичного метрополиса, лишенного ауры, «какого угодно» города, опыт которого формируется восприятием скрещений потоков и ритмов повседневности, здесь находится на периферии. Город – прежде всего очаг культуры, соответственно, на первый план здесь выступает задача синтезирующего восприятия городской среды [1]. Не случайно знакомство с городом Анциферов, вслед за Гревсом, считал целесообразным начинать с его панорамы, увиденной a vol d'oiseau – с птичьего полета. Вместе с тем экскурсия предполагает – хотя бы как некоторую сверхзадачу – погружение в городскую среду. Настоящее постижение души города может состояться только в длительных «скитаниях по городу» [Анциферов, 1924. С. 66]. При этом значимыми для наблюдателя оказываются все элементы городской среды, из которых складывается впечатление экскурсанта, –

[1] Как писал учитель Анциферова И.М. Гревс, «...одно из редких наслаждений и духовных благ – ощущать внутреннюю связь с несколькими очагами культуры, входить в них как в дом...» [Гревс, 1922. С. 6].

объемы, формы, краски, линии, звуки, запахи, движение [Анциферов, 1926а. С. 178-179]. Очевидно, что в этой перспективе повседневность не противопоставляется достопримечательностям и туристическим объектам, поскольку на нее распространяется аккумулируемая последними аура города.

Вместе с тем экскурсия – это все-таки отдельный и специфически организованный опыт. В ее идеологию заложена идея непосредственного контакта с памятниками истории, которые находятся в естественной среде. Показательно то, что в качестве отличия городской прогулки от похода в музей Анциферов называет возможность тактильного контакта с объектами [См., напр.: Анциферов, 1926в. С. 34]. Значение аутентичной среды подчеркивается и отказом от использования транспорта. Все это, а также свежесть восприятия, отличающая, по мнению русского историка, экскурсанта от туриста, сближает экскурсионный опыт с опытом фланера [1]. При этом в отличие от прогулки фланера, экскурсия – целенаправленное восприятие города. Спонтанность здесь если и приветствуется, то лишь в том случае, когда она подчеркивает выразительность объекта: Анциферов упоминает о случае из своей практики, когда линия, прочерченная в небе ласточкой, помогла ему подчеркнуть динамику формы Адмиралтейского шпиля [Анциферов, 1926в. С. 114]. Экскурсия посвящена определенной теме и всегда предполагает приобщение к тому, что известно интеллектуальным образом. Кроме того, постижение города приобретает временную протяженность – это всегда ожидаемый и предвосхищаемый опыт и, одновременно, опыт, предполагающий повторение и возвращение. Прогулка часто предваряется подготовительной работой, вводящей экскурсантов в тему экскурсии, и последующей проработкой полученного опыта. Разумеется, важно также и то, что здесь в центре находится фигура руководителя, а также то, что экскурсия – это коллективный опыт, который обладает своим психологическим потенциалом [2].

---

[1] Фигура фланера возникает в книге Анциферова «Петербург Достоевского», где он приводит характеристику Ордынова, героя повести Достоевского «Хозяйка»: «Все более и более нравилось ему бродить по улицам. Он глазел на все как *фланер* (курсив Достоевского. – *Б.С.*). ...Он читал в ярко раскрывшейся перед ним картине, как в книге между строк. Все поражало его; *он не терял ни одного впечатления и мыслящим взглядом смотрел* на лица ходящих людей, *всматривался в физиономию всего окружающего,* любовно вслушивался в речь народную ...часто какая нибудь *мелочь поражала его, рождала идею* (курсив Анциферова. – *Б.С.*)» [Анциферов, 1923б. С. 55]. Идея «мыслящего взгляда» становится для Анциферова ключевой в его экскурсионной теории [См., напр.: Анциферов, 1923а. С. 14].

[2] При этом важно то, что для Анциферова необходимым дополнением к экскурсии являются индивидуальные прогулки и самостоятельное освоение городского пространства [См., напр.: Анциферов, 1924. С. 6].

Стержнем экскурсии является освоение структуры города, его истории, воплощенной в пространственной организации и тренировка соответствующего восприятия [Наиболее систематически эта концепция представлена в: Анциферов, 1926б]. Важным импульсом к этому является упомянутый взгляд с вышки, с которого начинается знакомство с городом. Именно в свете познания города как некоей пространственной структуры экскурсанта может интересовать функциональность города, выражающаяся в границах и взаимопереходе друг в друга различных его частей, как, впрочем, и вписанность его в природный ландшафт. И то, и другое является проявлением органической природы города. Важным аспектом восприятия последнего становится выявления так называемого «временного углубления», т.е. наличия в городской среде разных временных пластов. Таким образом, темпоральная многослойность города воспринимается здесь в ее архитектурно-пространственном проявлении. Инструментом познания города здесь становятся карты и планы, причем наряду с современными используются также старые карты и т.н. хронографические планы, которые показывают связь тех или иных локусов города с определенными историческими эпохами [См. об этом, напр.: Анциферов, 1926б. С. 146]. Еще одним способом работы с временным углублением можно считать экскурсы в историю городской топонимики. Все это дает экскурсантам ощущение пребывания в «потоке времени».

Очевидно, однако, что город в целом редко становится предметом конкретной экскурсии. Наряду с темой, каждая конкретная экскурсия ограничивается освоением места или района. Отдельные объекты, если и интересуют Анциферова, то всегда как аккумулирующие и символически выражающие смысл мест. Для него всегда важны не столько детали архитектурного дизайна, сколько форма мест, их пространственная организация [Ср. сходные установки: Линч, 1982]. Обнаружение эстетической целостности того или иного места города, каким бы оно ни было – спланированным или спонтанно образовавшимся, – является важной составляющей экскурсии [1]. С точки зрения исторической, непосредственное присутствие на месте должно сообщить экскурсантам чувство масштаба объектов, понимание места как сцены исторических или литературных событий, а ее элементов – как смысловых центров, определяющих развертывание этих событий [2].

---

[1] Показательно то, что Гревс призывал не ограничиваться видами с птичьего полета, которые не всегда удовлетворительны в эстетическом отношении, и искать другие виды общего характера, которые помогут глубже понять своеобразие облика данного города [См.: Гревс, 1921. С. 27].

[2] Здесь нельзя не отметить то, что, говоря об историческом значении пространства, Анциферов часто балансирует на грани пространственного детерминизма, в частности, в тех случаях, когда пространственная конкретность места оказывается жестко связанной с исторической конкретностью события.

Наряду с точкой зрения, позволяющей ухватить общий вид района, очень важной будет траектория движения по нему. Непосредственное освоение расстояний и смена ракурсов в процессе движения становятся важным элементом экскурсии, проявляющим выразительность того или иного пейзажа или объекта. Анциферов называет это «приемом моторного изучения» [Анциферов, 1923а. С. 14].

Поскольку речь идет об исторической или историко-литературной экскурсии, то понятно, что современность облика городского пейзажа противопоставляется прежнему его облику и будет вызывать чувство утраты [1]. Насыщенность городского опыта здесь не связана с современностью. Семиотическая плотность, проистекающая из многообразной социальности и функциональности современной городской среды, скорее, оказывается помехой для восприятия города, который в рамках экскурсии должен быть освобожден от этих наслоений. Соответственно, впечатления от современности, если и могут быть востребованы экскурсантами, то лишь как указание на прошлую жизнь, помогающее ее воскрешению; описанная Беньямином применительно к городу эстетика улики и интрига детективного поиска могут быть оправданы лишь задачей обнаружения некоего неявного, символически упорядоченного города (скажем, Петербурга Достоевского).

Анциферов обозначает в своих работах целый ряд возможных приемов анализа репрезентации прошлого в структуре отдельных городских мест. Наиболее очевидным среди них является общая характеристика памятника в связи с поставленной темой и разбор видимых особенностей объекта или места, позволяющих, например, соотнести его с определенным архитектурным стилем. Соответственно, здесь в большей или меньшей степени могут быть задействованы знания экскурсантов об историко-культурной эпохе. Еще одним важным приемом может здесь выступать реконструкция первоначального образа памятника. В этом случае, отталкиваясь от зрительных впечатлений, экскурсанты работают уже с отсутствующим объектом. Подспорьем экскурсоводу в этом отношении могут стать гравюры и другие изображения городских пейзажей.

Эти приемы, связанные с использованием экспозиционных возможностей объекта или места, Анциферов считает характерными для

[1] Примыкая к позиции, сформулированной представителями «мира искусства» – А.Н. Бенуа, И.Э. Грабарем и др. – Анциферов неоднократно сетует по поводу бесхарактерности, привнесенной в городскую среду современной застройкой [См., напр.: Анциферов, 1922. С. 34]. Однако нельзя сказать то, что он совершенно закрыт к эстетике современного города. Так, в предисловии к книге «Город как выразитель сменяющихся культур» дается анализ облика современного Нью-Йорка [См.: Анциферов, Анциферова, 1926].

так называемых «демонстрирующих экскурсий». Наряду с этим он описывает другой тип, к которому относятся экскурсии комментирующие. Последние «в гораздо меньшей степени базируются на зрительных впечатлениях, демонстрируемый материал в этом случае имеет чисто-служебное значение» [Анциферов, 1923а. С. 38] [1]. В данном случае большее значение имеет не столько выразительность, сколько конкретность данного места, связанного с культурно или экзистенциально значимыми событиями или персонажами. Особую роль здесь играет историческое и литературное воображение экскурсантов, их способность отрешиться от современного облика, представить людей и жизнь прошлого и населить ими воспринимаемое пространство. Эту способность Анциферов называет «историко-топографическим чувством», способным возвращать экскурсантов в прошлое.

> Словно место, ознаменованное великим событием, побеждает время. Когда находишься на нем, размыкается цепь времен, текущий миг прикладывается к прошлому, и яркой искрой вспыхивает переживание угаснувшего былого. Такова сущность *историко-топографического чувства* (выделено Анциферовым. – *Б.С.*), возводящего в наиболее ярких своих проявлениях великие события в культ [Анциферов, 2004. С. 154] [2].

В пробуждении этого чувства прошлого очень важную роль играет метод «живого слова»: рассказ, который позволяет ярко представить, фактически, *увидеть* происходившее в этом месте, выразительное чтение литературных фрагментов и т.д. В связи с этим особенно важными оказываются природные факторы и качества среды, которые становятся подспорьем воображению экскурсанта. Настроиться на восприятие места, сильнее почувствовать ауру позволяет правильный выбор времени суток и времени года. На фоне того, что ритмы городской повседневности не получают какого-либо эстетического осмысления, показательно здесь то значение, которое для восприятия среды города приобретают природные ритмы [О значении природных ритмов для городской среды и, в связи с этим, – о пределах экспансии современности см.: Highmore, 2005. P. 148].

---

[1] Разумеется, в каждой конкретной экскурсии эти два типа могут так или иначе сочетаться.

[2] Ср. также: Анциферов, 1923а. С. 34; Анциферов, 1926г. С. 43, 45, 79. Нужно сказать, что историко-топографическое чувство у Анциферова связано не только с монументальными памятниками, но и с обстановкой дома, где жил великий человек, с принадлежавшими ему вещами.

Петербург Анциферова: историческое пространство и его литературная конструкция

Петербург для Анциферова представляет собой совершенно особый объект экскурсионного освоения. Это уже не просто исторический город, но исторический город в кризисный момент его истории. Как уже упоминалось, работы Анциферова, посвященные Петербургу, вызваны потребностью заново определить место Петербурга в русской жизни. Эти работы продолжают сформировавшуюся еще в начале XX века традицию переоткрытия Петербурга, которая стала результатом деятельности целого ряда искусствоведов и историков архитектуры, художников и литераторов. Воплотившись в архитектурно-критических статьях, трудах по истории градостроительства, графических и живописных работах и, наконец, в путеводителях, эта деятельность сформировала неоклассицистскую эстетику восприятия города на Неве [1]. В работах Анциферова характер этой деятельности диктуется уже потребностью осмысления новых политико-географических условий: она производится в ситуации послереволюционной разрухи и утраты Петроградом статуса столицы империи. Осмысление города здесь приобретает историософский характер, колеблясь между апокалиптикой и сотериологией: в последних строках текста Анциферов призывает с ясной верой смотреть в будущее Петербурга [Анциферов, 1924. С. 85]. Этот момент существенен для понимания того, как устроено и что собой представляет транслируемое в ее рамках знание о городе, каковы правила его образования и какого зрителя и слушателя какого рода экскурсия требует.

Вынесенные в заглавие понятия «быль» и «миф» указывают на структуру этой книги. Первую часть, посвященную истории Петербурга, Анциферов строит преимущественно на анализе документов, тогда как вторую, которую он называет более эмоциональной, он посвящает рассуждениям литературной репрезентации города в пушкинском «Медном всаднике». Статус знания, возникающего в синтезе были и мифа, оказывается поневоле двусмысленным. С одной стороны, Анциферов придерживается позитивистских представлений об исторической реальности. Город представляется ему еще не востребованным исторической наукой документом, с изучением которого он связывает исследовательские перспективы экскурсионного метода [2].

---

[1] В плане принадлежности петербургских текстов Анциферова к этой традиции показательно, что книги «Душа Петербурга» и «Петербург Достоевского» были проиллюстрированы соответственно двумя ведущими ее представителями – А.П. Остроумовой-Лебедевой и М.В. Добужинским.

[2] Исследовательские экскурсии Анциферов считает делом будущего и отмечает то, что его собственный текст не ставит перед собой исследовательских задач.

О значении позитивистской традиции свидетельствует и вынесенная в эпиграф к первой части своей работы формула Л. фон Ранке «Wie es eigentlich gewesen» – «как было на самом деле», которую можно рассматривать как кредо научной историографии.

С другой стороны, общий пафос работы, разумеется, не сводится к очищению действительной истории города от мифологических наслоений. Анциферов практически сразу же намечает и противоположный взгляд, который исходит из неразделимости «были» и «мифа». Конечно, здесь присутствуют рецидивы позитивистской трактовки мифа, утверждающей, что за мифологическим вымыслом всегда присутствует что-то реальное. Однако, Анциферов на этом не останавливается и, опираясь на символистские теории, выдвигает более радикальное понимание мифа, уже полностью независимое от позитивизма. С этой точки зрения миф – уже не то, что скрывает правду факта и даже не то, что порождается исторической действительностью и тесно переплетается с ней, а то, что, по сути дела, является действующей силой истории, той формой, которую она приобретает. Совмещение в одной плоскости логики научной и логики литературной уже само по себе устраняет оппозицию истины и вымысла, однако речь идет не об игре исторического и литературного воображения, но о том, что постижение исторической правды оказывается тождественным постижению правды литературы. И в том, и в другом случае залогом подлинности контакта является соприкосновение с местом, где разворачивались события, описываемые в литературных и исторических текстах. Двуединство были и мифа отсылает, таким образом, к двуединству документальности и монументальности города, самотождественности города, в самой своей материальности являющегося воплощением истории, носителем исторической преемственности и пространством литературного воображения.

Вместе с тем анциферовская концепция мифа содержит определенное понимание литературы. Его работы, предвосхитившие современные семиотические, искусствоведческие и литературоведческие работы, посвященные изучению т.н. «петербургского текста», в определенном смысле сформировали текстуальный канон репрезентации города в литературе. В своих работах 1920-х годов Анциферов, в духе символизма и неомифологизма начала XX века, стремится найти сквозные темы и образы и, обобщая литературную традицию изображения Петербурга, – увидеть в ней отображение судьбы города [1].

[1] Не случайно Анциферов прибегает к определению мифа как «творимой легенды», взятому у Ф. Сологуба. О формировании петербургского литературного канона см.: Муратов, 2005. С. 20. О мифологической трактовке Петербурга, инспирированной символизмом, см.: Осповат, Тименчик, 1985. С. 110-150.

С одной стороны, в рамках этого прочтения совершенно не случайно соотнесение этих образов с образами архаических мифологий – шумеро-аккадской, библейской и римской, с одной стороны. С другой стороны, литература соотносится с фольклором. В этом значении понятием миф описывается то качество объективности, которая приобретает литература: изображение города в литературе больше уже не является только лишь проявлением чьей-то субъективной фантазии, но, соотносясь с народными легендами, может считаться выражением общественного сознания.

Принципом формирования описываемого канона становится чуткость того или иного автора к целостному образу города. Исходя из этого, Анциферова будут интересовать не фрагментарные отображения городской среды в литературе, но лишь те, в которых, с одной стороны, ставится проблема Петербурга в целом, в его индивидуальном своеобразии, с другой стороны, – которые создают самостоятельный эстетически убедительный литературный мир. Вместе с тем, в соответствии с романтической традицией рефлексии о городе, Анциферов стремится мыслить этот целостный образ как внутреннепротиворечивый, возникающий в борьбе сил хаоса и космоса [См. об этом: Лахманн, 2005. С. 206-207]. Воплощение всех этих качеств он и находит в пушкинском «Медном всаднике» [1]. В «Душе Петербурга» Анциферов пишет:

> А.С. Пушкин является в той же мере творцом образа Петербурга, как Петр Великий – строителем самого города. Все, что было сделано до певца «Медного всадника», является лишь отдельными изображениями скорее идеи Северной Пальмиры, чем ее реального бытия. Правда Батюшков понимает глубже характер нового города, но образ Петербурга не достигает еще и у него полновесного значения. Только Пушкин придает ему силу самостоятельного бытия [Анциферов, 1922. С. 62].

Соответственно, игровые, т.е. собственно литературные, условности здесь во внимание не принимаются.

Как же практически организовано соединение исторического знания и литературной традиции в экскурсионном нарративе «Были и мифа»? Сюжетом экскурсий, описанных в книге «Быль и миф Петербурга», является основание и рост города на Неве. В предуведомлении к читателю автор оговаривается, что собранный им материал довольно обширен и рассчитан на несколько взаимосвязанных экскурсий, которые должны сопровождаться последующей индивидуальной проработкой полученных в ходе коллективного осмотра впечатлений. Пер-

---

[1] Анциферов часто обращается к этому сюжету и, в частности, посвятил ему еще одну работу [Анциферов, 1923в].

спектива представления истории города в свою очередь также оказывается достаточно широкой. Во-первых, сюда входит история места, которая включает его геологическую характеристику и данные о заселении этой местности во времена, предшествовавшие возникновению города [1]. Во-вторых, речь идет о месте Петербурга в истории страны. Поэтому необходимым условием адекватного восприятия разработанной им экскурсии Анциферов считает элементарное представление о российской истории. В-третьих, понимание развития Петербурга предполагает сопоставление его с другими городами. Прежде всего, речь идет о древнерусских городах, сюжет о развитии которых автор предлагает сделать темой беседы, предваряющей экскурсию. В рамках экскурсии Анциферов обращается к сопоставлению Петербурга с европейскими и американским городами – как классическими, так и современными [2].

Работая с этими тремя уровнями, Анциферов формирует целостную литературно-мифологическую конструкцию, призванную определить историческое значение Петербурга и, таким образом, указать на те противоречия, которые движут его судьбой. Возникновение города в пустынном месте, превращение захолустья в столицу, символический разрыв с предшествующей историей и предопределенность появления города предшествующим историческим развитием, сверхъестественное значение фигуры творца и самостоятельность созданного им творения, рациональная целостность города и спонтанность его формирования, гармония городской среды и человеческая цена ее создания, новизна города, выражающаяся в быстроте его постройки, и отношение его к классическим архитектурным и градостроительным образцам – все это призвано показать современный город в его противоречивости и, вместе с тем, в присущей ему органике. Сюжет основания и первоначальной истории города приобретает здесь особый статус по сравнению с последующими периодами развития, сверхзначимой становится фигура основателя – не случайно вторую экскурсию Анциферов называет «Миф о строителе чудотворном» [3]. Исторический нарратив –

---

[1] В связи с этим Анциферов указывает на то, что первой из предлагаемых им экскурсий было бы целесообразно предпослать еще две (географическую, знакомящую с природными условиями местности, и экскурсию на Охту, посвященную топографии предшественника Петербурга – Ниеншанца), а вторую дополнить экскурсией по Петербургским монументам.

[2] Среди книг, упоминаемых в работе Анциферова, теория города представлена лишь книгой К. Гассерта «Города» [Гассерт, 1912], откуда и берется сравнение с Новым Орлеаном. В других текстах упоминаются также концепции К. Бюхера и О. Шпенглера.

[3] Это внимание оправдано для Анциферова близостью к античной традиции почитания основателя города.

несмотря на то, что Анциферов разбирает дискуссии историков и приводит различные точки зрения по поводу этих событий, отрицая при этом исследовательский характер своей работы, – имеет принципиально объективистский характер высказывания о реальности. Субъективное измерение истории здесь практически отсутствует. Это касается, в частности, и вопроса о соотношении проектов устройства Петербурга и их реализации, который удостаивается лишь беглого упоминания при том, что сама идея создания города как обуздания природных стихий очень важна для этой конструкции. В центре внимания оказывается фактическая, событийная канва истории создания города, которая включается в поэтически-историософскую конструкцию. Стихотворные цитаты приобретают статус документальных свидетельств, тогда как отсутствие консенсуса в науке в отношении некоторых символически значимых сюжетов (например, непосредственного участия Петра в закладке города) подвигает Анциферова к принятию той версии, которая соответствует литературной конструкции городского мифа [1].

Знание, которое транслируется в рамках анциферовской экскурсии, не является сугубо краеведческим. Здесь мы видим и стремление показать то, как город вписывается в историю России, и попытку, пусть и в достаточно элементарном варианте, увидеть индивидуальность города через его сравнительную характеристику. Не менее значимой является работа с литературным опытом восприятия города. Здесь важно не только постижение ауры отдельных мест, соотносящихся с теми или иными событиями и произведениями, но и приближение к постижению тех произведений, которые позволяют получить целостный образ города и, более того, раскрыть его противоречия в обобщенной, мифологической форме. Собственно, литература в той мифологической трактовке, которая была описана выше, и выступает творцом этой целостной действительности города. Из сказанного понятно, что экскурсия предполагает весьма подготовленного слушателя. Он должен не только обладать знаниями, позволяющими ему воспринимать ее содержание, но и стремиться усилить эти знания до полноты переживаемого опыта и историософского видения, которые возникают из соприкосновения с пространством города.

---

[1] Ср., напр.: «Эта выразительная картина верна только относительно прибрежной полосы дельты, где мог стоять Петр «на берегу пустынных волн», погруженный в думу о великом будущем этого края» [Анциферов, 1924. С. 18]. О дискуссии по поводу Петербургской мифологии в современной историографии см.: Каменский, 2006. На текстуальном уровне взаимопроникновение были и мифа проявляется в сугубой литературности авторских комментариев «Были и мифа Петербурга», которые как в собственно литературной, так и в «документальной» части книги, изобилуют стихотворными цитатами.

По Петербургу пешком: становящийся образ города

Как уже говорилось выше, книга «Быль и миф Петербурга» объединяет две экскурсии: историческую и литературную. Собственно анализу городского пространства в большей степени посвящена первая экскурсия. Показательно, что, в отличие от второй экскурсии, Анциферов здесь активно использует различные визуальные источники: это и геологическая карта, и известная панорама А.П. Зубова, изображающая Петербург в начале XVIII века, иллюстрации из «Истории русского искусства» И.Э. Грабаря, картографические планы других городов. В рамках этой экскурсии Анциферов последовательно реконструирует разные хронологические пласты жизни города, обсуждает вопросы освоения местности, формирования городского ядра и его последующего переноса (Городской остров – Васильевский остров – Адмиралтейство), анализирует функциональное значение мест, определивших развитие первоначального города – Петропавловской крепости и первых городских поселений, образовавшихся в районе Троицкой площади. Вторая экскурсия, посвященная «Медному всаднику» Пушкина, призвана представить пространство петербургского центра как сцену действия поэмы и раскрыть сотворенную в ней мифологию города.

Интересно то, что, несмотря на эту разницу, обе экскурсии начинаются с обзора города с вышки Исакиеевского собора. Однако, это восприятие городской панорамы имеет в контексте каждой из них разный смысл. В первом случае – это взгляд экспериментальный и аналитический, призванный дать картину «работы времени» и создать общие впечатления, которые впоследствии нужно будет углубить. Аналитическая часть панорамного обзора города связана с темой ландшафта той местности, на которой стоит Петербург. Описывая, каким этот ландшафт был в доисторические времена, Анциферов цитирует другого экскурсиониста Б.Е. Райкова:

> Если усилием фантазии восстановить размытые породы и заполнить ими впадину невской долины, «Петербург будет погребен под ними, не исключая и креста Исаакиевского собора», который в данную минуту возвышается над нами [Анциферов, 1924. С. 12].

Говоря о возникновении Петербурга, Анциферов балансирует между утверждением новизны города и преемственности его развития, стихийности и сознательности его формирования. Так, в своей характеристике ландшафта Анциферов акцентирует значения несформированности и новизны этого пространства, тогда как сопоставляя первые городские локусы с предшествовавшими им поселениями, отмечает, что «новый город оседал прежде всего на

старых местах» [Анциферов, 1924. С. 22]. Отмечая трудноопределимость того момента, когда у Петра возникла идея образования новой столицы и отсутствие плана застройки Петербурга, он вместе с тем пишет о том, что город возникает при участии сознательной воли, хотя и не сводится к ней [См.: Анциферов, 1924. С. 21-22]. Это делает Петербург типичным представителем новоевропейского урбанизма Нового времени, причем основанием здесь становится наличие регулярной планировки.

> Куда следует его отнести? К числу ли тех городов, что возникали в неведомые времена, развивались стихийно, без плана, как растут на воле деревья, как реки прокладывают свое русло (Москва, Париж, Рим)? Или же к тем, которых породили сложные потребности развивающегося государства в эпоху его культурной зрелости, и в которых ясно виден заранее определенный план и на которых лежит печать разумной воли (Новый Орлеан, Карлсруэ) [Анциферов, 1924. С. 68].

Любопытно то, что образцом современного города при этом выступает вовсе не «столица XIX столетия» или другой европейский мегаполис.

Однако Петербург обладает своей органикой, причем этот тезис Анциферов подкрепляет как минимум тремя аргументами. Как ни парадоксально, органика «регулярного» облика города становится результатом его быстрого роста: «Большие масштабы осуществимы только при условии их быстрого выполнения. Стихийный рост, медленно совершающийся, их исказит» [Анциферов, 1924. С. 22]. И далее: «Впечатление от стройных масс «архитектурного» в своем целом облика северной столицы навсегда врежется в память» [Анциферов, 1924. С. 23] [1]. Второй довод вытекает из сравнения Петербурга с древнерусскими городами (Москвой, Псковом, Полоцком). Здесь он обнаруживает некоторые общие черты возникновения торга и посада вблизи удачно поставленной крепости. Возобновление этой схемы в развитии Петербурга позволяет Анциферову говорить об органичности роста города: «…живучесть форм схемы обнаруживает лишний раз органическую природу города» [Анциферов, 1924. С. 41] [2].

Между тем третий аргумент в оправдание нового города связан с преемственностью уже не по отношению к древнерусским городам, но к образцовому городу, каковым для Анциферова является Рим. Наиболее отчетливо это проявляется в обсуждении функций Петропавловской

---

[1] Ср. об этом во второй экскурсии: [Анциферов, 1924. С. 67-68].

[2] Впрочем, как отмечает Анциферов, «слободка утратила свой исконный смысл, так как заселение производилось принудительно» [Анциферов, 1924. С. 40].

крепости как городского центра. В отличие от древнерусского кремля, который, как отмечает Анциферов, сам являлся городом и как бы втягивал в себя близлежащие слободы, которые со временем обносились стенами, Петропавловская крепость, хотя и имела стратегическое назначение, но городом никогда не была. В ней не было царского дворца, дворцов приближенных, правительственных учреждений, она изначально была лишь цитаделью. В связи с этим Анциферов подчеркивает и символический момент противостояния древнерусской традиции. Главные строения Петропавловской крепости строились в пику строениям Московского кремля: Петропавловская колокольня должна была затмить колокольню Иоанна Великого, а Собор призван был стать усыпальницей царского рода подобно Архангельскому собору. Отождествление Петропавловской крепости с цитаделью приобретает для Анциферова особый смысл, поскольку позволяет сравнить ее с римским Капитолием:

> Она — цитадель города, окружающая древний чтимый собор с башней, занимающей центральное место города, «городская башня», на которой объединяются взоры всех горожан, и, наконец, она хранит светские реликвии столицы. Положение в Петербурге Петропавловской крепости более напоминает назначение Капитолия в Риме. В то время, как город создавался вне его, на Палатине, Капитолий явился ars — твердыней его, включающим в себя наиболее чтимые храмы и реликвии Рима. На его Тарпейской горе свершались казни, а у его подножия помещалась Мамертинская тюрьма [Анциферов, 1924. С. 37].

В этой характеристике, как представляется, нужно обратить внимание на два момента. Первый момент связан с тем, что на фоне функциональной характеристики города, которую можно считать стержнем анциферовской концепции, здесь ярко выступает символическое значение объекта. Постепенно утрачивая все функциональные характеристики [1], Петропавловская крепость не только остается одним из пространственных центров города, но также и местом возникновения особого культа, связанного с хранящимися в ней реликвиями – могилами царей, ботиком Петра [Анциферов, 1924. С. 36]. Этот же сюжет мы обнаруживаем и в следующей части экскурсии, посвященной топографии начального города. Описывая топографию так называемого Городского острова, так и не ставшего центром города, Анциферов находит его в состоянии упадка:

> И все это совершенно исчезло. Город строился начерно. Жизнь отлила в другие места и первоначальные насаждения петровского

[1] После революции Петропавловская крепость перестает быть также и тюрьмой.

> «Парадиза» исчезли. Остался только бережно охраняемый домик основателя Петербурга, да на широкой Троицкой площади, среди деревьев церковного садика, сереют обгорелые стены старого Троицкого собора — храма торжественных церемоний и празднеств начального Петербурга [Анциферов, 1924. С. 38].

Посещение домика Петра, любовно описываемого в тексте книги «Быль и миф...» приобретает здесь особую смысловую нагрузку. Это место не только дает представление о быте той эпохи и о личности Петра, но и рассматривается как культовое место, поддерживающее городскую мифологию:

> Домик основателя Петербурга с образом Спаса сильно действовал на воображение населения и превратился в особо чтимую святыню. Так в Риме в продолжении веков поддерживался domus Romuli. Дальнейшая судьба развила этот мифический элемент, который получил свое классическое выражение в Медном Всаднике Пушкина [Анциферов, 1924. С. 44].

Тем самым пространство города наполняется местами памяти [1].

Второй момент, который здесь нужно отметить, связан с двойственностью образа Петропавловской крепости – хранилища реликвий и, одновременно, тюрьмы. Эта двойственность, которая проецируется и на город в целом, и на его основателя, драматизируется в самой структуре экскурсии. После осмотра основных достопримечательностей крепости, экскурсантам предлагается осмотр города с берегов Енисари – Заячьего острова, на котором стоит крепость. Первая точка расположена на выходе из крепости в противоположную сторону от Невы, через ворота Головкинского бастиона. Демонстрируя Артиллерийский музей и расположенный рядом с ним парк, Анциферов упоминает о том, что они построены на месте кладбища, где хоронили рабочих-строителей Петербурга. Цитируя стихи Я.П. Полонского и М.В. Дмитриева, посвященные тем, кто «топь костями забутил», Анциферов пишет: «Перед этой незастроенной частью города, где и теперь часто шумят мокрые деревья, нужно вспомнить о тысячах погибших работниках, о цене Петербурга» [Анциферов, 1924. С. 34]. Этический вызов, связанный с вопросом о цене Петербурга, задает здесь иную точку отсчета – в пику функционалистским и историцистким трактовкам судьбы города. Однако эта точка зрения не является единственной. Вслед за этим экскурсантам предлагается осмотр панорамы города на выходе с

---

[1] Ср. характеристику образа Петербурга в творчестве Ахматовой: «*Петербург становится ковчегом нашего личного былого* (выделено Анциферовым – *Б.С.*).» [Анциферов, 1922. С. 210]. Подробнее о теории памяти у Анциферова см.: Степанов, 2008.

противоположной стороны крепости – на выходе из Нарышкинского бастиона, который, по-видимому, должен быть кульминацией экскурсии:

> Впечатление от открывающейся панорамы совершенно противоположно предыдущему. За широкой Невой пышно, горделиво разросся город. Мы сможем отметить застроенные при Петре места и восстановить характер панорамы. Можно снова использовать снимки с панорамы Зубова. Но нужно учесть работоспособность группы. Может быть лучше всего в этом прекрасном месте дать ей отдых на ступенях гранитной пристани с красивыми линиями сходов… Здесь надо быть, когда Нева не замерзла и ее волны плещутся о гранитные берега. Но еще лучше в ледоход, когда торжественно-суровый характер пейзажа будет подчеркнут особенно выразительно [Анциферов, 1924. С. 35] [1].

Экскурсия, посвященная «Медному всаднику», призвана развернуть перед нами антиномичный образ мифологического Петербурга. Начинается она также с панорамного обзора города. И здесь, примеряя к видимому ландшафту образы пушкинской поэмы, Анциферов подчеркивает отчетливость оппозиции хаоса и космоса. Он указывает, с одной стороны, на образы «безвидной земли», а с другой, – на образы светлого и гармонического города, стремясь тем самым обозначить чудесный характер его основания [2]. Любопытно, что в этом случае панорама города приобретает иной смысл, чем в первой экскурсии. Здесь «работа времени», наоборот, скрадывается, поскольку мы видим Петербург XX века, отождествляемый нами с Петербургом, описываемым Пушкиным, который в свою очередь рассматривает его как творение Петра [3]. Обзор панорамы завершается взглядом на памятник Петру, который обозначается как средоточие классической гармонии Петербурга. Этот же прием будет воспроизводиться во всех остальных обзорных точках экскурсии.

К обнаружению «работы времени» Анциферов обратится во второй точке экскурсии – на берегу Невы. Начиная с указания на плавные изгибы берегов, он затем переходит к разбору того, как изменился их облик. Подходя, таким образом, к теме наводнения, Анциферов

---

[1] В этом описании пейзажа использует как пушкинские эпитеты («пышно, горделиво»), так и эпитеты, связанные с неоклассицистским образом Петербурга («торжественно-суровый характер пейзажа») [Ср.: Добужинский, 2003].

[2] В этих характеристиках задействованы и другие антиномии городского мифа, на которые мы указывали выше.

[3] Надо сказать, что и в исторической части имена наследников Петра упоминаются эпизодически и в большей степени маркируют исторические периоды, нежели являются творцами города. Ср. ниже об Александре I.

намечает смысловую ось истолкования этой панорамы границу городского порядка («Невы державное теченье, береговой ее гранит») и «побежденной» водной стихии, которая время от времени на него восстает. Здесь городской миф предстает уже не космогонической, а в эсхатологической ипостаси: воображению слушателей предлагаются здесь образы затонувшего города, которые неоднократно возникали в литературной традиции – от Одоевского до Мережковского. Комментируя в этом духе декламацию экскурсоводом отрывка из «Медного всадника», посвященного наводнению, Анциферов отмечает и то, каким образом наводнение проявляет идею Северной Венеции:

> Ритм речи, подбор звуков, в котором слышны то отзвуки бури, то клокотанье водной пучины, усиливают впечатление потрясающей картины потопа. Мы легко можем представить, стоя перед воспетой Невой, образ затонувшего Петрополя, превращенного, хотя и не надолго, восставшей стихией в тот город на воде, о котором мечтал Петр вместе со своим строителем Леблоном [Анциферов, 1924. С. 72].

Фон для возвеличивания Петра как победителя стихии обозначается взглядом на Зимний дворец, связываемый с образом Александра, опускающего перед стихией руки.

Следующая точка зрения связана с фигурой Евгения. Описывая его, спасающегося от наводнения на одном из львов, украшающих особняк князей Лобановых-Ростовских, Анциферов пишет: «Как бы то ни было, сам Евгений несет на себе вековую тяжесть петровской империи и Петербурга, как ее выразителя. Он — одна из миллионов тварей, превращенных в «орудие одно» [Анциферов, 1924. С. 76] [1]. Интересно то, что для автора «Были и мифа...» Евгений воплощает как преемственность по отношению к старой России, так и героя «нового времени, индивидуалистической культуры, на почве которой прозвучали слова: *человек – самоцель*» [Анциферов, 1924. С. 84]. В рамках мифологической трактовки Анциферовым «Медного всадника» его судьба выламывается и из космогонической драмы, и из античной трагедии:

> Между двумя борящимися силами: безликого хаоса водной пучины — начала разрушительного — и сверхличного гения, определяющего судьбы народов, — начала творческого — отдельный человек с его мечтой о личном счастьи утрачивает всякую историческую реальность [Анциферов, 1924. С. 77].

Наконец, кульминацией экскурсии становится обозрение самого Медного Всадника, в рамках которого для усиления эффекта Анцифе-

[1] О трактовке образа Евгения в литературной культуре Серебряного Века см.: Осповат, Тименчик, 1985. С. 120-130, 148-149.

ров использует описанный выше прием «моторного изучения». Уже первое впечатление от памятника оказывается очень сильным: «трудно остановить внимание на деталях, трудно отрешиться от целостного образа. Хочется закрыть глаза, чтобы справиться с охватившим волнением, чтобы наступил более спокойный и ясный момент созерцания» [Анциферов, 1924. С. 78]. Чтение отрывка из поэмы, посвященного описанию памятника, должно обнаружить совпадение скульптурного и литературного текстов в стремлении выразить застывшее бурное движение, воплощающее мощь и величие Петра. Однако попытка свести в символической интерпретации памятника все линии поэмы оказывается несколько натянутой. В то время как завершение осмотра должно укрепить в экскурсантах чувство исторического оптимизма, исходящее от Медного всадника, которого Анциферов объявляет «Георгием Победоносцем новой России» и хранителем города, сопровождающий его пушкинский текст повествует о бунте и гибели маленького человека. Символическое значение Медного всадника, структурировавшее весь маршрут, подавляет точку зрения индивида, чье бытие Анциферов готов объявить призрачным [1]. Здесь особенно отчетливо видно то, как мифология города становится способом удержать две связанные с ним и, вместе с тем, разнонаправленные по сути своей интенции: с одной стороны, переживания отдельного человека, брошенного в водоворот социальных катаклизмов, с другой стороны, вселяющее исторический оптимизм восхищение монументальностью города и величием его создателя.

Заключение

Стратегия рефлексии в отношении экскурсионного опыта и его репрезентации, которую мы находим в трудах Н.П. Анциферова, несомненно, – детище своей эпохи. И даже если бы она была описана не столь схематично, как это сделал я, она с трудом может претендо-

[1] Интересно то, что рассказ о трагической судьбе, утверждение «призрачности» Евгения, похоже, становится поводом для того, чтобы ощутить призрачность города в целом. От историософских рассуждений о связанной с этим образом «общечеловеческой проблемы», Анциферов возвращает читателя / слушателя к восприятию окружающего ландшафта: «Осмотримся еще раз кругом. Как много изменилось с тех пор. Проносятся, подпрыгивая по рыхлой мостовой, с резким гудком автомобили. Грохочут переполненные трамваи и порой над ними под проводом вспыхивает яркая искра. Громыхают медленные телеги и быстрой походкой проходит нервный, суетливый петроградец ... Здесь лучше побывать в другие часы, независимо от экскурсии, задумчивой белой ночью, когда прозрачен сумрак, блеск безлунный и «ясны спящие громады / И светла адмиралтейская игла», что прямо перед нами. В этой тишине пустынных улиц явственней прозвучит «зловещее преданье» и мы, освобожденные от рассеивающих впечатление дня, сильнее ощутим над собою власть места» [Анциферов, 1924. С. 77-78].

вать на статус актуальной теории города. Это, однако, не мешает ей быть классическим, и в этом смысле актуальным, источником для целого ряда довольно разных интеллектуальных течений – краеведческих штудий, в том числе и вполне интеллектуалистских [См., напр.: Рахматуллин, 2008], семиотически ориентированного литературоведения, заинтересованного в проблематике городского текста [См., напр.: Лахманн, 2005], теории экскурсионной работы [См., напр.: Калита, 2004]. В своей обращенности к историческому городу она интересна для нас как *другое* в отношении к нашему опыту современной городской повседневности и стратегиям его рефлексии. Соединяя достаточно разные пласты исторического опыта, она взывает к тому, чтобы отрефлексировать их многообразие, зафиксировать точки соединения пространственного и временного опыта, возможности и пределы представления прошлого, формы истории-как-различения и истории-как-узнавания [1]. Этот опыт оказывается построенным на различных сочетаниях вербального, визуального и моторного восприятия и использует свои техники остраннения воспринимаемой нами городской среды. Опираясь на читательский опыт и определенную стратегию литературной и исторической рефлексии в отношении этого опыта, теория Анциферова обозначает границу более естественного для нас опыта, опосредованного и структурированного новыми медиа – фотографией и кинематографом. И сколько бы уязвимой для критики – когнитивной, эстетической, политической – ни была эта теория с точки зрения конструкции знания и зрения, эстетического или политического послания, – она кажется способной указать на возможность иного восприятия городской среды и иного определения того, что́ стоит для нас за словом «город».

Список источников

Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3–4. С. 209-233.

Анциферов Н.П. Душа Петербурга. Пг.: Брокгауз-Ефрон, 1922.

Анциферов Н.П. О методах и типах историко-культурных экскурсий. Пг.: «Начатки знаний», 1923а.

Анциферов Н.П. Петербург Достоевского. Пг.: Брокгауз-Ефрон, 1923б.

Анциферов Н.П. Литературные экскурсии: (Медный всадник) // Вопросы экскурсионного дела по данным Петроградской экскурсионной конференции 10—12 марта 1923 г. Пг.: «Начатки знаний», 1923в. С. 27-32.

Анциферов Н.П. Быль и миф Петербурга. Пг.: Брокгауз-Ефрон, 1924.

Анциферов Н.П. Город как объект экскурсионного изучения // Краеведение. 1926а. № 2. С. 167-181.

[1] В частности, интересно то, что приостановка жизни города делает видимой историю, воплощенную в архитектуре и городском ландшафте.

Анциферов Н.П. Пути изучения города как социального организма: Опыт комплексного подхода. 2-е изд. Л.: Сеятель, 1926б.

Анциферов Н.П. Теория и практика экскурсий по обществоведению. Л.: Время, 1926в.

Анциферов Н.П. Теория и практика литературных экскурсий. Л.: Сеятель, 1926г.

Анциферов Н.П. «Историческая наука как одна из форм борьбы за вечность. (Фрагменты). (1918–1942)» [Подготовка к публикации и предисловие А. Свешникова, Б. Степанова] // Исследования по истории русской мысли: Ежегодник. М.: Модест Колеров, 2004. С. 107-162.

Анциферов Н., Анциферова Т. Город как выразитель сменяющихся культур: Картины и характеристики. Л.: Брокгауз-Ефрон, 1926.

Гассерт К. Города. М.: Скл. изд.: Т-во И.Н. Кушнерев и К°, 1912.

Гревс И.М. Дальние гуманитарные экскурсии и их образовательный смысл // Экскурсионное дело. 1922. № 4–6. С. 3-21.

Гревс И.М. К теории и практике экскурсий как орудия научного изучения истории в университетах. Спб.: Б. и., 1910.

Гревс И.М. Монументальный город и исторические экскурсии // Экскурсионное дело. 1921. № 1. С. 11-32.

Гудков Л.Д. Метафора и рациональность. М.: Русина, 1994.

Добужинский М.В. Облик Петербурга // Звезда. 2003. № 5 // http://magazines.russ.ru/zvezda/2003/5/dobuzh.html.

Запорожец О., Лавринец Е. Потеряться, чтобы увидеть: опыты фотографического восприятия города // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 61-78.

Калита С.П. Теория и история экскурсионного дела в России: Учебное пособие. Тула: Изд-во Тул. ун-та, 2004.

Каменский А.Б. Основание Петербурга: приключения одного мифа // Вестник истории, литературы, искусства. Вып. 2. М.: Собрание, 2006. С. 70-79.

Линч К. Образ города М.: Стройиздат, 1982.

Лахманн Р. Город-фантазм: Образы Петербурга и Рима в творчестве Гоголя // Существует ли Петербургский текст? СПб.: Издательство СПбГУ, 2005. С. 205-234.

Муратов А. Б. Действительно ли существует «Петербургский текст»? // Существует ли Петербургский текст? СПб.: Издательство СПбГУ, 2005. С. 12-26.

Осповат А. Л., Тименчик Р. Д. «Печальну повесть сохранить…»: Об авторе и читателях «Медного всадника». М.: Книга, 1985.

Рахматуллин Р. Две Москвы, или Метафизика столицы. М.: АСТ / Астрель, 2008.

Степанов Б.Е. Навстречу прошлому: экскурсионная практика и философия памяти в творчестве И. М. Гревса и Н. П. Анциферова // Отечественные записки. 2008. № 43. С. 311-339.

Филиппов А.Ф. Социология пространства СПб.: Владимир Даль, 2008.

Highmore B. Cityscapes: Cultural Readings in the Material and Symbolic City. London: Palgrave Macmillan, 2005.

Stevenson D. Cities and urban cultures. Berkshire: McGrawHill Education, 2003.

Российский провинциальный город 1920-х годов: визуализация «советскости»

Светлана Малышева, Алла Сальникова

После Октябрьской социалистической революции 1917 года одной из важнейших задач большевистской власти стало преобразование облика имперского городского пространства на новый, советский лад. «Реконструирование» городского ландшафта стало частью пропаганды новой идеологии и ее насаждения в умах граждан новой советской империи. Задачей данной статьи является рассмотрение путей и способов визуализации «советскости» в пространстве российского провинциального города.

Источниками исследования послужили как визуальные материалы (изображения памятников, зданий, архитектурные проекты и наброски, эмблемы, символы), так и вербальные документы официального и личного происхождения, в которых нашли отражение вопросы властной политики большевиков по реконструированию среды обитания горожанина и восприятия этих изменений самими жителями города.

Проблемы изменения городского пространства в первые годы советской власти уже не раз становились предметом изучения в отечественной и зарубежной историографии [См., например: Starr, 1978; Паперный, 1996; Paperny, 2002; Иконников, 2001; Хан-Магомедов, 2001; Вишленкова, Малышева, Сальникова, 2005; Меерович, 2007; 2008; Rolf, 2006; Рольф, 2009]. А некоторые вопросы

его визуального маркирования в ходе раннесоветских революционных празднеств рассматривались в ряде работ по советской праздничной культуре [См. об этом: Малышева, 2003]. Но визуализация «советскости», методы и способы ее «продвижения», особенно на местах, все еще представляют актуальную исследовательскую задачу.

Реализация властной политики большевиков по видоизменению городского ландшафта и приспособлению его к новым политико-идеологическим нуждам и потребностям происходила в сложных условиях. В годы гражданской войны и послевоенной разрухи экономических средств и финансовых рычагов для немедленного переустройства городской среды, разумеется, не хватало. Однако этот недостаток с лихвой окупался революционным романтизмом, энтузиазмом и «классовой сознательностью» строителей светлого социалистического будущего. Кроме того, немалую роль играли командный стиль большевистского руководства и жесткая дисциплина, которая насаждалась, в том числе, и по отношению к творческим работникам в период «военного коммунизма». Хотя справедливости ради следует отметить, что большевистская идея оказалась очень привлекательной для многих представителей художественной интеллигенции – творцов и пропагандистов «революционного авангарда» в искусстве. Она давала им практически неограниченные возможности для творческого самовыражения. Их художественной мастерской становились в эти годы улицы и площади российских столиц и провинциальных городов, а благодарными зрителями и поклонниками – самые широкие массы трудящихся – потребители новой социалистической культуры.

Основным местом концентрации лучших творческих сил страны были, конечно, столичные Москва и Петроград / Ленинград. Там рождались самые яркие и смелые советские проекты преобразования городского пространства, там появлялись идеологически выверенные художественные образцы, которые довольно быстро транслировались в провинцию. Пути, средства и способы преобразования провинциального городского пространства и наделения его «советскостью» были достаточно унифицированы. На местах предлагаемые «сверху» образцы воспроизводились, вбирая в себя как предлагаемые столицами штампы, так и местную специфику, обусловленную особенностями регионального менталитета, культуры, традиций и наличия соответствующих творческих сил и возможностей для реализации задуманного. Один из ярких примеров такого сочетания «общего» и «особенного» являла собой Казань – крупный губернский поволжский город (население его к 1917 году составляло 185 тыс. человек), а с 1920 года – столица Татарской автономной советской социалистической республики. Казань представляла собой образец «культурного пограничья» Запада и Востока и воплощала опыт

многовекового сосуществования двух основных для этого региона национально-конфессиональных общностей – татарской и русской, мусульманской и православной. Специфику местной культурной ситуации создавало также наличие других национально-конфессиональных компонентов, сплавлявшихся в едином «культурном котле» города и не терявших при этом своего своеобразия. Кроме того, Казань была одним из известных на всю Россию центров подготовки кадров научной и художественной интеллигенции, которые выходили из стен одного из старейших российских университетов, учительского института, художественного училища и ряда других высших и средних учебных заведений.

Реконструкция городского пространства осуществлялась в раннесоветский период разнообразными путями и способами, которые, с одной стороны, оптимально соответствовали сиюминутным идеологическим задачам и потребностям режима, и, с другой стороны, максимально адаптировали их к уровню развития и пониманию широких масс горожан. Попытки перестройки и реконструкции Казани в соответствии с новыми большевистскими идеалами включали в себя не столько радикальное изменение ее архитектурного облика, сколько частичное реструктурирование городского ландшафта. Это реструктурирование подразумевало преодоление различий между центром и окраинами, ликвидацию городской моноцентричности, а также смену семантико-семиотического кода города.

Среди изменений городского пространства условно можно выделить как временные, краткосрочные, легко варьирующиеся в зависимости от требований текущего момента, так и долгосрочные, «окончательные», созданные, как казалось, «на века», но также подвергшиеся в конечном итоге корректировке и трансформации – исходя из политического контекста эпохи.

Декорирование городского пространства: цвет и свет революционных празднеств

Временные изменения приурочивались, как правило, к советским праздникам и были важным элементом советской праздничной культуры. К ним можно отнести, например, праздничное убранство и освещение городских улиц и площадей. Так, еще с марта 1917 года в городском праздничном убранстве абсолютной доминантой стал кумач – красные флаги и транспаранты, красные банты и «красные жетончики» [1] демонстрантов. Символика красного цвета стала, как известно, культовой для всей советской визуальной культуры. На Красную доску заносились списки и портреты передовиков и луч-

[1] НАРТ. Ф. Р-98. Оп. 1. Д. 16. Л. 19.

ших специалистов города [1]. К празднованию 5-й годовщины Татарской республики улицы Казани украсили прикрепленные к надворным фонарям деревянные красные звезды с вписанными в их центр портретами Ленина [2].

По локализации декора заметно прослеживается постепенное складывание городских пространственных иерархий: украшались, прежде всего, центральные площади и улицы, те, по которым проходили маршруты праздничных демонстраций [3] (*Ил. 1*).



Ил. 1. Демонстрация в Казани в 1917 году. Красные флаги и лозунги стали средством «осовечивания» городского пространства уже в первые месяцы революции (фотография из фондов НАРТ).

Но если в первые годы после революции это декорирование было довольно бессистемным, то уже в ноябре 1922 года можно заметить некоторые признаки его четкого ранжирования. Количество и размеры плакатов, лозунгов и флагов соответствовали значимости объекта: на каждую из четырех украшенных площадей полагалось по два лозунга и четыре флага, на клубы и театры – по два-три лозунга и два флага [4]. К 1927 году праздничный декор был уже довольно жестко регламентирован и стандартизирован: были сформированы два стандартных набора украшений (из флагов, лозунгов, портретов, гирлянд, фонарей-чехлов), постановлением Казанского городского совета опре-

---

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 126. Л. 75–80 об., 129; Д. 259. Л. 80 об.; Д. 372. Л. 23; Д. 621. Л. 7 об.; Ф. Р-128. Оп. 1. Д. 334. Л. 6.

[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 621. Л. 57–60, 74–75.

[3] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 127. Л. 22 об.; Д. 9. Л. 9, 24, 26, 108, 110 об; Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 629. Л. 27.

[4] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 180. Л. 8; Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 127. Л. 9 об., 11, 162; Д. 156. Л. 29 об.; Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 629. Л. 27.

делялся необходимый минимум обзаведения ими для всех предприятий и организаций [1].

Помимо кумача, для украшения города в 1917–1920-х годах активно использовались еловые и пихтовые ветки [2]. Этот обычай восходил к дореволюционной религиозной православной (а от нее – к языческой, дохристианской) традиции, и стал еще до революции органичным элементом городской праздничной культуры. Нередко и мусульманское население украшало пихтовыми гирляндами татарскую часть города [Камско-Волжская речь. 1913]. Однако, начиная с 1917 года, обычай был «осовечен» – гирлянды обвивались красными лентами. К годовщине революции в 1922 году для украшения Казани гирляндами было израсходовано 52 воза еловых и пихтовых лап [3].

К приметам временного преображения и даже освоения новой сферы пространства – воздушной – можно отнести появление над городом в дни праздников аэропланов, увенчанных красными звездами, и разбрасывание с них агитационных листовок (что станет очень популярно в конце 1920-х – 1930-е годы) [4]. Однако в первые советские годы эта традиция не приобрела большого распространения ввиду неразвитости авиации в республике.

Значимым моментом символического праздничного преображения провинциального города была его иллюминация. Первые советские празднества, подобно праздничной культуре Третьего Рейха, испытали на себе влияние солярного культа. Как известно, огонь и свет – одно из самых мощных средств воздействия на человеческие чувства. В условиях послереволюционной и послевоенной разрухи, когда люди возвращались с работы домой по темным, неосвещенным улицам, а там их ждал лишь чахлый, меркнущий свет керосиновых ламп, это воздействие было особенно сильным.

Именно желанием шире использовать «световые эффекты» можно было объяснить то, что многие советские инсценировки и празднества проводились под открытым небом и начинались с наступлением темноты. В начале 1920-х годов из Петрограда в провинцию быстро распространилась «мода» на ночные факельные шествия как часть праздничных торжеств. Эти шествия, а также фейерверки и салюты были включены в Татарской республике вначале в планы празднования годовщин Октября, а позже – и других

[1] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 17.

[2] См., например: ЦГА ИПД РТ. Ф. 868. Оп. 1. Д. 498. Л. 5 об.; НАРТ. Ф. Р-98. Оп. 1. Д. 62. Л. 8, 27. НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 356. Л. 78–79; Д. 357. Л. 12–13.

[3] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 356. Л. 78–79; Д. 357. Л. 12–13.

[4] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 372. Л. 22 об.; Р-326. Оп. 1. Д. 180. Л. 295 об.

советских праздников [1]. Особой роскошью и богатством отличалась иллюминация Казани к 10-летию Октябрьской революции: огнями были украшены вокзал и пристани, университет, ворота Кремля и башня Сююмбеки, правительственные и партийные здания, другие городские объекты и площади [2]. На приуроченном к предстоящему событию совещании художников и архитекторов Казани 26 сентября 1927 года, со ссылкой на опыт празднования взятия Бастилии в Париже и на опыт московских празднований, было настоятельно предложено активнее использовать свет в праздничном декорировании города, применять эффектную комбинацию огня и воды, перенеся торжества в одном из районов на набережную озера Кабан [3].

К праздничному декорированию города обязательно привлекались художники, нередко очень известные. Так, П.А. Радимов (один из основателей Ассоциации художников Революционной России (АХРР) и инициатор создания Татарстанского филиала АХРРа) декорировал центральную Театральную площадь и площадь перед городским музеем к годовщине Февральской революции и создавал плакаты к годовщине Парижской Коммуны в 1920 году [4]. Вместе с 14 другими казанскими художниками, среди которых был и знаменитый Н.И. Фешин, Радимов вел «ударную» ночную и дневную работу по декорированию Казани к первой годовщине Татарской республики в июне 1921 года. Возглавляя художественный сектор комиссии по проведению празднования при ТатЦИКе, он не только разрабатывал планы украшения города и его объектов, но и представил 8 эскизов плакатов для украшения Красноармейского дворца и площадей Казани, эскиз эстрады; под его руководством изготавливались бюсты героев [5]. Надолго запомнились казанцам праздничные плакаты 1919 и 1921 годов, а также декорации праздничного оформления Казани к 10-летию Октября, выполненные под руководством другого представителя группы ТатАХРР, бывшего тогда инструктором отдела ИЗО при политпросвете Запасной армии – Игоря Никитина. «Левые» художники, практиковавшие больше приемы и методы монументализма, конструктивизма, упрощенной живописи, внесли немалый вклад в праздничное декорирование Казани своими плакатами и графикой. Так, К.К. Чеботарев создал интересный проект монументальной росписи большого зала съездов, состоявшего из большого холста «Весь мир насилья мы разрушим» и шести

---

[1] НАРТ. Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 1531. Л. 23, 71, 78 об., 162; Д. 2217. Л. 7 об.
[2] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 356. Л. 19; Д. 354. Л. 4; Д. 357. Л. 18.
[3] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 14 об.
[4] ЦГА ИПД РТ. Ф. 868. Оп. 1. Д. 498. Л. 3 об., 9.
[5] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 9. Л. 52, 109–111.

окружавших его панно с символическими изображениями – «Сарынь, на кичку!», «Большевик», «Крестьянин», «Servus», «Марсельеза», «Рабочий» [Дульский, 1929. С. 213-214].

Таким образом, «временные» изменения были наиболее простым, быстрым и доступным средством советского маркирования городского пространства. Они, как правило, использовались в ситуациях «разрыва» повседневности, прежде всего, во время революционных празднеств. И поэтому они оказывали наиболее мощное и непосредственное эмоциональное воздействие на горожан, прочно фиксируя и закрепляя в их сознании и памяти большевистские идеи и новые советские мифы [Малышева, 2005].

Улицы меняют имена: «революционизирование» городской топонимики

К «окончательным», постоянным изменениям городского пространства можно отнести изменения в топонимике, которые преобразовали облик улиц и площадей, по-новому маркировав их [Сальникова, 2002]. Переименование улиц и переулков Казани началось сразу после установления советской власти, причем первыми переименовывались объекты, названия которых связывались с монархией или церковью. Так, уже в 1917 году, одна из центральных улиц города – Воскресенская, названная так по имени церкви, стоявшей на месте нынешнего здания химического факультета Казанского государственного университета и впоследствии снесенной, была переименована в улицу Чернышевского. Во исполнение декрета СНК о памятниках от 12 апреля 1918 года уже 30 апреля того же года, накануне первого официального советского празднования 1 Мая, Исполком Казанского Совета рабочих, крестьянских и солдатских депутатов переименовал одну из центральных площадей города – Ивановскую – в площадь 1 Мая. В том же году Офицерская улица получила название улицы Памяти 25 октября 1917 года.

Празднование «Всероссийского праздника народной Свободы» 15 марта 1917 года, центром которого в Казани была Театральная площадь [Голос Казани, 1917а; Голос Казани, 1917б], а особенно первое казанское масштабное празднество-инсценировка на открытом воздухе – «Русская Свобода», – состоявшееся там же 7 сентября 1921 года, фактически стимулировали изменение ее названия в обиходном употреблении. В документах 1922 года Театральная площадь часто называлась площадью Свободы, хотя официального решения по этому поводу еще принято не было [1].

---

[1] Например: НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 126. Л. 9; Д. 127. Л. 22, 31; Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 629. Л. 13, 15 и др.

В 1920-е годы улица Вознесенская стала улицей Островского, Грузинская – улицей К. Маркса, Поперечно-Покровская – улицей Городецкого, Первая гора – улицей Ленина, Театральная площадь – площадью Свободы. Помимо многочисленных улиц, названных именами революционеров, когда-либо живших, побывавших, а чаще – никогда и не бывших в Казани (Маркса, Энгельса, Либкнехта, Тельмана, Володарского, Дзержинского, Щорса), многие географические пункты получили обобщенные названия – улицы Революции, Колхозная, Строителей, Смычка, Социалистическая, Кооперативная, Борьбы и другие [Амиров, 1995]. Для переименования улицы достаточно было простого коллективного ходатайства. Так, в 1927 году по просьбе эсперанто-ячейки при садово-огородном техникуме улица Поперечно-Большая была переименована в ул. Эсперанто. Заметим, что вместо конкретных, чувственно или визуально воспринимаемых названий давались названия чисто символические, наделенные, однако, высоким идейным смыслом. Например, 2-я Огородная, названная так за ее конкретные свойства, стала улицей Бабушкина, Ново-Песочная – улицей Табейкина, Третья гора – улицей Калинина. При этом нормальные, «человеческие» названия заменялись корявыми, труднопроизносимыми: не ул. Октябрьской Революции, не Революционная, а улица Памяти 25 Октября 1917 года; не Ленинская, не улицей Ленина, а улица имени товарища Ленина и так далее. Естественно, что исчезли с названий улиц имена крупнейших казанских фабрикантов, предпринимателей и домовладельцев (Алафузовская стала улицей Гладилова, Б. Лецкая – Б. Галактионовской).

Это маркирование пространства для местного большевистского руководства имело не только символический смысл, но воспринималось как реальный социально-политический акт. К празднованию третьей годовщины Татарской республики – «с целью устранения следов миссионерства» – переименовали целый ряд казанских улиц, например, Евангелистовскую – в улицу Татарской Республики. Кроме того, «с целью установления равноправия татарского и русского языков», к празднику на дома были прикреплены таблички с двуязычным названием улиц [1].

Смена семантико-семиотического кода была одним из важных инструментов «советизации» среды обитания горожанина. Уличные надписи и таблички, указатели, становясь неотъемлемой частью каждодневного визуального опыта, приобщали к миру новых революционных имен, понятий и символов, нередко помимо его воли и субъективного желания. «Борьба», происходившая в обиходе

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 259. Л. 80 об., 40 об.

между старыми, привычными и новыми, нередко чуждыми большинству горожан названиями, отражала процесс внутреннего сопротивления «маленького человека» навязыванию ему советского политического языка – «lingua sovetica» [См., например: Comrie, Stone, Polinsky, 1996].

Идея «полицентричности» социалистического города в проектах и реалиях

Одной из тенденций раннесоветского периода стала попытка сломать традиционную дихотомию «центр – окраины» и реформировать городское пространство на основе «полицентричности». Сделать это было непросто. С точки зрения организации, содержания и качества городского пространства Казань была пестра и разнородна. К 1917 году город делился на несколько исторически сложившихся частей, сегрегированных по социальному и этническому принципам. В центре, располагавшемся в левобережье реки Казанки, в верхней части города располагалась русская аристократическая, административная и торговая зона. Доминантой центра была улица Воскресенская (ныне Кремлевская) и Театральная площадь, с примыкавшими к ним фешенебельными кварталами и расположенными поблизости садами и парками, с богатыми особняками, дворянскими и купеческими клубами, торговыми домами и пассажами, шикарными гостиницами и роскошными ресторанами. К этой зоне примыкал район, облюбованный русским купечеством, концентрировавшимся вокруг Большой Проломной улицы. Переходную зону составляли кварталы средних городских слоев, русского мещанского сословия, расположившегося в Суконной слободе, вдоль правого берега озера Кабан. А за протокой Булак находилась Татарская слобода, заселенная татарским населением и отличавшаяся ярко выраженным национальным колоритом. Правобережье Казанки занимали многочисленные рабочие слободы, образовавшиеся вокруг располагавшихся здесь промышленных предприятий. Традиционно население понимало под «центром» достаточно четко ограниченное – по крайней мере, на ментальных картах горожан – пространство, часто именуемое в обиходе «городом». Для жителей городских окраин до 1917 года он был редко посещаем, чужд и потому даже отчасти враждебен.

Тем не менее к началу 1920-х годов ситуация стала постепенно меняться, и в каждом из городских районов появилась территория, которая могла претендовать на роль «районного» центра. Для Забулачно-Плетеневского района с татарским населением таковой была площадь имени Вахитова (названа в честь М. Вахитова – татарского

революционера) или Юнусовская площадь, для мещанских Суконно-Слободского и Городского районов – площадь Первого Мая (Первомайская), для заречного рабочего Объединенно-Слободского района – площадь имени Петрова (названа в честь рабочего Р.Е. Петрова – одного из руководителей сентябрьского восстания 1918 года, расстрелянного комучевцами). Иногда районная площадь сознательно использовалась властями как главная праздничная площадь города. Так, в 1920-е годы центром празднования годовщин Татарской республики неоднократно становились Юнусовская / Тукаевская площадь и площадь М. Вахитова в татарской части города [1]: «перенос» центра праздника в татарские части города был политическим актом и должен был демонстрировать равенство русского и татарского населения и торжество национальной политики большевиков [2]. Однако к концу 1920-х годов элементы городского ландшафта и праздничного убранства, подчеркивавшие национальную специфику республики, были значительно сокращены (например, как подчеркивал один из критиков октябрьского убранства Казани 1927 года, на праздничных плакатах практически отсутствовали надписи на татарском языке, в них ничего не говорилось о Татарской республике [3]), а распределение по районам с точки зрения национальной принадлежности проживающих гомогенизировано. Эти процессы отражали общие тенденции тогдашней национальной политики в СССР и наступление на права автономных национальных республик и «свободу рук» их политических элит.

В 1924–1926 годах архитектором строительного Управления инженеров ТАССР Ф.П. Гавриловым были сделаны некоторые наметки по застройке Казани, которые при успешной реализации придали бы ей характерные черты нового, социалистического города. В частности, предполагалось отстроить крупный городской район социалистического типа, заселенный преимущественно рабочими, с развитой инфраструктурой, ничем не уступающей центру, по правобережью реки Казанки, там, где традиционно располагались казанские рабочие слободы. Разрабатывался также проект по созданию нового городского центра вокруг новой городской площади под Кремлем, на территории бывшей Ярмарки. Здесь же предусматривалось и размещение советских культовых зданий – «Дворца труда», «Дома татарской культуры». Однако кончина архитектора и тяжелые экономические условия не позволили осуществить этот проект.

---

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 259. Л. 20 об., 59, 80.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 9. Л. 27 об.; Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 349. Л. 47.
[3] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 33 об.

Итак, по замыслам большевиков, идея социального равенства должна была найти свое конкретное воплощение и в ходе реорганизации городского пространства. Она была направлена на выравнивание статусов центра и окраин, стирание границ между ними. «Архитекторы» социалистического города пытались достичь этого различными способами – от культурной и политической дискредитации старого центра, которая привела бы к его постепенному запустению, до проектов создания новых социалистических анклавов, своеобразных островков социализма на окраинах старой Казани. Большинство этих проектов представляли собой типичные образцы «бумажной архитектуры» раннесоветского периода [Иконников, 2001].

Создание советских памятников: монументы, бюсты, некрополи, триумфальные арки

Большую роль в советизации городского пространства сыграло новое маркирование площадей и улиц посредством установки памятников, в особенности, памятников «пламенным революционерам». В первые годы советской власти, когда осуществлялся план монументальной пропаганды, Казань и республика находились в эпицентре гражданской войны. Так, что вплоть до начала 1920-х годов стационарных революционных памятников здесь установлено не было. Исключение составил открытый во время празднования 1 мая 1920 года на одноименной площади гипсовый монумент, «славивший труд» [Рошаль, 1969. С. 122]. Монумент представлял собой фигуру обнаженного по пояс мускулистого мужчины (*Ил. 2*). Он был поставлен на месте снесенного памятника царю Александру II и, таким образом, символизировал не только «Свободный Труд», но и «присвоение» пространства победившим пролетариатом. По свидетельству историка искусств П.М. Дульского, в 1921 году известному казанскому скульптору В.С. Богатыреву было поручено вылепить статую, изображающую «Рабочего-металлиста». Вероятно, скульптура Богатырева из более прочного материала сменила первую, гипсовую фигуру, благодаря чему памятник просуществовал достаточно долго, по крайней мере, до 1929 года [Дульский, 1929. С. 216].

Недостаток стационарных памятников успешно заменяла такая весьма оригинальная провинциальная практика «монументальной пропаганды», как установка временных переносных бюстов вождей, которые при необходимости легко перемещались и таким образом могли быть быстро «приближены» к трудящимся. Накануне празднования первой годовщины Татарской республики бюсты татарского революционера М. Вахитова и татарского поэта Г. Тукая, изготовленные в мае-июне 1921 года под руководством известного

художника П.А. Радимова, были установлены на подставках на Юнусовской (Тукаевской) площади и туда же был перемещен бюст Ленина, стоявший ранее в Николаевском саду [1].



Ил. 2. Памятник Освобожденному Труду на площади 1 Мая в Казани. Этот памятник, поставленный на постаменте снесенного монумента Александру II на одной из главных площадей, обозначил «символическое присвоение» пространства города победившим пролетариатом (фотография из фондов РГА КФД).

Позднее временные бюсты нередко заменялись стационарными памятниками. Так, 30 апреля 1922 года в рамках первомайских торжеств на Юнусовской площади в присутствии всего политического бомонда республики – членов Президиума ТатЦИКа, СНК, обкома партии и Татпрофсовета – был открыт один из первых советских стационарных памятников Казани – пирамида-памятник Муллануру Вахитову [2]. Памятник представлял собой пирамиду из сосновых досок с арочными в восточном стиле отверстиями, на вершине пирамиды находилось поясное скульптурное изображение М. Вахитова (*Ил. 3*).

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 9. Л. 107 об. – 108, 110 об., 112, 154.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 126. Л. 33, 154; Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 554. Л. 31, 38, 39; РГА СПИ. Ф. 17. Оп. 60. Д. 365. Л. 27.



Ил. 3. Открытие 30 апреля 1922 года на Юнусовской площади одного из первых советских стационарных памятников в Казани – памятника Муллануру Вахитову. Памятник татарскому революционеру, установленный в татарской части города и выполненный в «восточном» стиле, не только способствовал визуальному «осовечиванию» татарских слобод, но и придавал советизируемому городскому пространству своеобразный «Национальный колорит» (фотография из фондов ЦГА ИПД РТ).

Автором скульптуры был В.С. Богатырев, архитектором памятника – Д.М. Федоров [Татарская энциклопедия, 2002. С. 415]. В 1924 году в Казани появился и стационарный памятник Ленину [1].

Сразу после смерти Ленина в Казани обозначился целый ряд сакральных объектов и пространств, связанных с его именем: дом, где он жил (ставший позже музеем), университет, в котором учился [2]. 23 января 1924 года республиканская Комиссия по организации траурной демонстрации признала необходимым закладку памятника, а 30 января призвала граждан жертвовать на будущий памятник Ленину в Казани [3]. В ходе развернувшейся в феврале дискуссии на совещании Строительного управления Архитектора при Совнаркоме ТССР его участники предлагали самые разные места для установки памятника как на центральной площади города, так и в рабочих районах, а также на местах революционных некрополей. Причем, их не останавливала вероятность сноса для этих целей не только нескольких домов и прежних памятников, но даже и «одной из Кремлевских башен». Среди предлагавшихся проектов были весьма оригинальные: памятник с перекидным мостом, памятник в виде Народного театра, памятник на городском озере Кабан, поставлен-

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 518. Л. 51; Д. 372. Л. 22 об.; Ф. Р.326. Оп. 1. Д. 180. Л. 11, 296.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 371. Л. 9–9 об., 11, 30; ЦГА ИПД РТ. Ф. 15. Оп. 1. Д. 1260. Л. 13.
[3] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 371. Л. 65; Д. 514. Л. 13 об.

ный на «нечто вроде Эйфелевой башни» [1]. В конце концов, весьма скромный памятник Ленину (бронзовый бюст, замененный в 1925 году на бронзовую фигуру «натуральной величины» работы скульптора Н.И. Шильникова [2]) расположился на верхней террасе Николаевского городского сада, получившего отныне название сада «им. товарища Ленина». Памятник мыслился как центр целого ландшафтного комплекса – «Ленинского уголка» – будущего «живого рассадника идей и заветов В.И. Ленина» [3]. Он должен был соединить ряд улиц и кварталов (в том числе и район университета), на которых предполагалось сосредоточить детские и образовательные учреждения. Установка памятника на верхней террасе сада была не случайна: памятник довлел над окружающим пространством, символизировал устремленность к новым, коммунистическим высотам, а кроме того, располагался совсем недалеко от Казанского университета – места, где молодой Володя Ульянов начинал свою революционную деятельность, что еще более усиливало знаковый смысл всей композиции.

«Осовечиванию» подлежали и внутренние интерьеры публичных зданий. Так, по воспоминаниям татарского писателя А. Еники, в нишах по обеим сторонам коридора школы-мастерской для молодых скульпторов Казани, порог которой он переступил в 1927 году, возвышались «фигуры двух великолепных львов». Вскоре они были заменены на «фигуры Ленина и Горького» [Еники, 1998. С. 66].

Другими сакральными местами – «местами памяти» – были братские могилы и памятники коммунистов, расстрелянных в годы гражданской войны, при комучевцах и чехословаках, а также некрополи «жертв царизма». Так, официальная фотосессия первой годовщины Октября в Казани включала в себя и фотографирование членов казанского Совета «на могилах павших борцов», и фотографирование самих братских могил [4]. Весьма популярной стала также традиция «торжества на братских могилах» [5].

О культовом значении некрополей павших борцов свидетельствовали и рекомендации республиканских Центральных комиссий по проведению годовщин Октября в 1926 и 1927 годы организовывать в дни празднований групповые экскурсии в места, «имеющие историческое в связи с Октябрем значение (братские могилы, места боев белых с красными в дни Октябрьского переворота, оставшиеся раз-

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 518. Л. 8 об. – 12 об.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 621. Л. 47.
[3] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 516. Л. 5; Д. 518. Л. 51; Д. 622. Л. 202 об., 206 об.
[4] НАРТ. Ф. Р-98. Оп. 1. Д. 62. Л. 62; Д. 128. Л. 47.
[5] НАРТ. Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 1530. Л. 195.

рушенные здания и прочее)» [1]. Этот культ принимал и весьма неожиданные формы. В 1926 году Татарский совет профессиональных союзов призвал трудящихся союза печатников, союзов народного питания и строителей участвовать в закладке памятника на братских могилах погибших от казачьих залпов в результате разгона демонстрации 17 октября 1905 года казанцев – наборщика Н. Шевелева, горничной М. Клончаговой и плотника Грязина, которые должны были стать своеобразными «цеховыми святыми» [2]. Памятник был открыт 1 мая 1927 года [3].

«Советизация» существенно затронула кладбищенский ландшафт. Среди православных и мусульманских могильных памятников старого типа отныне стали возвышаться красные столбики, увенчанные красными звездами.

Кроме некрополей, значимую роль в празднованиях призваны были играть те или иные сакрализованные историей местных революционных событий места. Так, 26 сентября 1927 года на совещании художников и архитекторов по вопросу декорирования Казани предлагалось «декорировать отдельные пункты, игравшие в Октябре ту или другую роль, создав таким образом «формуляры мест» [4]. Это решение, вероятно, было отзвуком обсуждения на заседании Комиссии ЦИК СССР по празднованию 10-летия Октября 11 августа 1927 года необходимости «создания послужного революционного формуляра каждой площади и улицы» [5]. Уже с 1927 года эти сакральные «места памяти» стали отмечаться мемориальными досками.

Чрезвычайно популярными в те годы были триумфальные арки – временные или постоянные. Трудно сказать, когда эта претензия на античное величие революции появилась в Казани. Уже в 1920 году скромные арки, украшенные гирляндами и венками, сооружались здесь над братскими могилами [6]. Арки украшали революционными символами, пытаясь придать им еще и национальный – русский или татарский – колорит. В 1927 году был разработан и осуществлен проект создания системы деревянных иллюминированных арок для установки на окраинах и в «узловых пунктах» центра города [7]. Одна из арок, воздвигнутая в Казани уже в конце 1920-х годов, помимо традиционного серпа и молота, изображала буквы нового, только что

---

[1] НАРТ. Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 1369. Л. 10; Д. 1530. Л. 1 об.

[2] НАРТ. Ф. Р-100. Оп. 1. Д. 1369. Л. 33.

[3] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 355. Л. 4.

[4] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 14.

[5] ГАРФ. Ф. 3316. Оп. 42. Д. 24. Л. 30.

[6] НАРТ. Ф. Р-98. Оп. 1. Д. 194. Л. 116.

[7] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 33; Оп. 1. Д. 356. Л. 79; Д. 357. Л. 13, 77 об.; Д. 354. Л. 4.

введенного татарского алфавита. Арки нередко имели и функциональное значение. В частности, их предлагалось использовать под павильоны, летние читальни и магазины политической литературы [1]. В день празднования 1 Мая 1922 года и принятия Красной присяги войсками казанского гарнизона на Арском поле для построения и парада были размечены флажками и шестами два больших каре. Эти каре «разрывались» временными воротами, переход между которыми представлял собой арку-трибуну, над которой сияла красная звезда [2].

Пространство города оказалось «наполненным» новыми маркерами, которые служили определенными «подсказками» для формирования коллективной памяти о событиях недавнего революционного прошлого. Эти маркеры носили как персонифицированный (отдельные «пламенные революционеры» и «борцы за народное счастье»), так и отвлеченно-обобщенный характер, воплощая идеи Революции, Свободы, Борьбы и пр. Они каждодневно воздействовали на образы прошлого, хранившиеся в памяти горожанина, осуществляя «символическое принуждение» его к освоению новой советской исторической мифологии.

Новое содержание в «старых формах»: попытки реконструирования памятников прошлого

Горожане – после предварительной «проработки» этого вопроса и подсказки «сверху» – иногда инициировали не только снос, но и реконструкцию прежних архитектурных памятников в соответствии с новой символической репрезентацией ряда понятий. Примечательно то, что это «столкновение значений» разворачивалось в основном вокруг памятников, связанных (или связываемых народной памятью) с далеким драматическим прошлым татарского народа – завоеванием Казанского ханства в XVI веке русскими войсками царя Ивана IV Грозного (или «Усал Ивана», как его прозвало татарское население, т.е. «Ивана Злого»). Три с половиной века русификаторской политики не смогли стереть из памяти татарского населения образ утраченной государственности, которая, как и День памяти взятия Казани 2 (15) октября 1552 года, была овеяна флером романтической скорби. Ряд татарских легенд о тех событиях был привязан к архитектурным объектам Казани.

Самым известным из них стал один из памятников казанского Кремля – башня Сююмбеки, построенная, по мнениям специалистов, во второй половине XVII – начале XVIII вв., но получившая в народе

---

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 9. Л. 148–149; Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 14 об.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 126. Л. 77–77 об.

имя последней казанской правительницы – дочери ногайского бека Сююмбеки, бывшей последовательно женой нескольких казанских ханов. Согласно одной из существующих доныне красивых татарских легенд, воплощенных в фольклоре, художественной литературе и произведениях живописи и связанных с именем Сююмбеки [Соембикэ ханбикэ, 2001], после взятия Казани ханша, принуждаемая Иваном Грозным к браку со ставленником Москвы, поставила условием строительство высокой башни в Казанском Кремле. По окончании постройки она поднялась на башню, взглянула в последний раз на город и бросилась вниз (на самом деле Сююмбеки была увезена в Москву и выдана там замуж за ставленника Москвы хана Шах-Али). В памяти татарского народа башня Сююмбеки стала символом свободы, непокоренности иноземному завоеванию.

В новых послереволюционных условиях противопоставление прежней политики «порабощения народов» идее их «содружества и братства» стало идеальной моделью для противопоставления «проклятого прошлого» и «светлого настоящего». Соответственно, такие архитектурные объекты, как башня Сююмбеки, превратились в объект острых дискуссий и нешуточных страстей. 2 сентября 1917 года, незадолго до Дня памяти, Мусульманский военный комитет вынес решение о снятии с башни Сююмбеки двуглавого российского орла и водружении на нее мусульманского полумесяца. Несмотря на запрет Казанского губернского комиссара Временного правительства, 16 сентября при огромном стечении вооруженных частей казанского гарнизона, состоявших из солдат и офицеров-мусульман, а также гражданского татарского населения орел был снят с башни. Под давлением присутствующих находящийся здесь же губернский комиссар вынужден эту акцию санкционировать. Но он категорически запретил водружать на башню полумесяц, справедливо указывая на возможные волнения среди русского населения города. И действительно, вскоре свое возмущение «присвоением» мусульманами памятника нетатарского происхождения высказали Общество археологии, истории и этнографии при Казанском университете и Братство Святого Гурия. Сложившейся напряженной обстановкой в городе озаботилось и Министерство внутренних дел России. И только после снятия лесов с башни в середине октября 1917 года острота назревавшего конфликта между русским и татарским населением была сглажена [1].

Другим объектом поползновений «борцов за содружество народов» стал мавзолей – поминальный храм в стиле ампир на реке Казанке. Он был построен в 1823 году учеником А.Н. Воронихина архи-

[1] НАРТ. Ф. 1246. Оп. 1. Д. 156. Л. 1, 2, 5–6, 8–13 об., 17.

тектором Н.Ф. Алферовым на месте братской могилы русских воинов, павших при взятии Казани в 1552 году. 31 мая 1923 года (в год столетнего юбилея памятника!) Бюро Татарского обкома РКП(б) решило «провести поручение Президиуму Горсовета разработать вопрос о ликвидации памятника покорения русскими татар (Иваном Грозным)» [1]. К счастью, дело затянулось. И лишь в начале апреля 1924 года комиссией по увековечиванию памяти В.И. Ленина при ТатЦИКе и Казанским горсоветом были приняты постановления о реконструкции (а не ликвидации) памятника.

12 июня 1924 года секретариат ТатЦИКа принял постановление о реконструкции памятника и обратился в Центральную Комиссию по увековечиванию памяти В.И. Ленина с просьбой ходатайствовать перед Центральной комиссией по охране памятников искусства и старины о разрешении переделать «памятник покорения Казани» (причем, безграмотный автор ходатайства утверждал, что памятник построен в 1552 году!) в «памятник содружества народов» [2]. Будучи уверены в успехе, местные власти спустили инициативу «вниз». И вот 25 июня 1924 года, в день праздника годовщины образования Татарской республики, многотысячная демонстрация-митинг трудящихся города и окрестностей, собравшись на реке Казанке напротив злосчастного памятника, приняла резолюцию-обращение, в которой клялась «сохранить братство народов, населяющих СССР». «Знаменем этого братства, – говорилось в резолюции, – должен быть реконструированный памятник на берегу реки Казанки. Пусть этот памятник, созданный на костях рабочих и крестьян во славу царизма и капитализма, будет знаменем мира и свободы. Пусть этот памятник будет маяком на пути всех восточных народов по пути к освобождению!» [3]

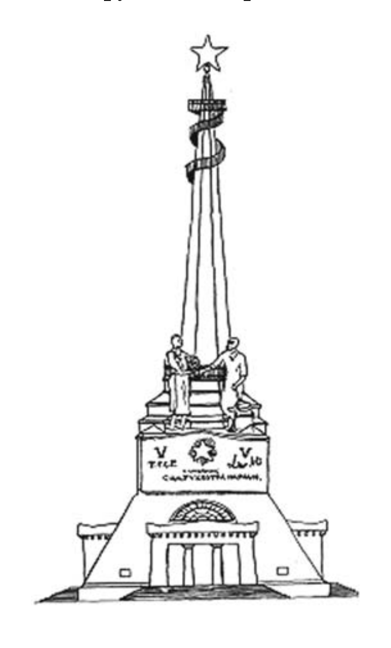
Однако в тот же день Отдел по делам музеев и охране памятников искусства и старины Главнауки Наркомпроса РСФСР заявил о нецелесообразности реконструкции памятника – «оригинального», «выдающегося» архитектурного сооружения, «связанного с мировой культурой». ТатЦИКу был предложен компромисс: удалить с памятника надписи и эмблемы и установить изречения, «соответствующие настоящему революционному моменту», а также удалить колокольню сбоку памятника, а лучше – соорудить новый памятник. В ответ на это 1 июля 1924 года секретариат ТатЦИКа постановил: «ЦИК ТССР не находит возможным оставить в центре Красной Татарии памятник, сооруженный "в память победы над татарами в 1552 году" (...), а потому постановляет: проводить в жизнь решение ЦИК от 12 июня с.г. (...)

---

[1] ЦГА ИПД РТ. Ф. 15. Оп. 1. Д. 852. Л. 183 об.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 519. Л. 1–2; Д. 515. Л. 5.
[3] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 519. Л. 7.

о переустройстве означенного памятника в память "Содружества народов", о чем доводит до сведения Наркомпроса РСФСР». Аргументами неповиновения, помимо упоминания памятника как выразителя «грубой насильственной политики царизма к нерусским национальностям», стала ссылка на «народную волю» праздничного митинга – его резолюцию, опубликованную и в местной печати [1].

Все лето и осень 1924 года параллельно с подвозкой стройматериалов и «облагораживанием» прилегающей к памятнику территории шла разработка проектов памятника «содружества народов». Среди предложенных на заседании Технического совета управления коммунхоза 21 октября 1924 года проектов два были отвергнуты сразу. Третий, более приемлемый, был уже принят комиссией по увековечиванию памяти Ленина. Пирамиду и портик с колоннами, составлявшими памятник, должен был дополнить высокий шпиль (вместе с памятником – 27 м) с винтовой лестницей, увенчанный красной звездой, у подножия которого подавали друг другу руки рабочий и крестьянин. На фронтоне памятника предполагалось поместить пятиконечную звезду и надписи «V. ТССР» – в честь грядущего пятилетия республики – на русском и татарском языках, а также слова «Памятник содружества народов» (*Ил. 4*).



Ил. 4. Проект реконструкции храма-памятника воинам, павшим при взятии Казани, в «Памятник содружества народов». По замыслу вдохновителей и авторов проекта, памятник должен был символизировать разрыв с национальной политикой самодержавия, зримо и весомо представлять идею равенства и дружбы народов Татарской республики (рисунок из фондов НАРТ).

[1] Там же. Л. 10, 12.

Окончательно принятый вариант памятника – теперь уже под названием «Маяк содружества татарского и русского народов» – был спроектирован студентом Казанского художественного института К. Аксеновым. Внутреннее помещение предполагалось использовать либо для телефонной станции, либо как отделение Музея Революции, либо как яхт-клуб, либо как навигационную станцию, а вышка должна была стать наблюдательным пунктом в период весеннего разлива и навигации [1]. Однако проект так и остался неосуществленным – этому способствовало даже не столько его техническое несовершенство и противодействие Отдела по делам музеев, сколько отсутствие у властей надлежащих финансовых средств [2]. Так, идея местных властей, поддержанная инициативой масс, чуть было не стоила Казани уникального архитектурного памятника, представляющего собой и сегодня узнаваемую и неотъемлемую часть городского ландшафта.

Идея «вливания молодого вина в старые мехи», очевидно, оказалась не столь успешной, как новое маркирование городского пространства. Однако и эти попытки сыграли определенную роль в его преобразовании, поскольку и вокруг них происходило творение новых смыслов. Таким образом, они также были вовлечены в процесс создания новой мифологии и новой визуальности.

Некоторые выводы

Таким образом, пространство раннесоветского провинциального города было весьма символично, оно «говорило» и «играло» на языке символов, оно было наполнено как общепонятными, так и более сложными смыслами и значениями – будь то нехитрая символика красного цвета или более сложная символика «Красного Маяка». Причем, раннесоветский символизм был довольно синкретичен и синтетичен, лоялен к инородным заимствованиям, он руководствовался стратегией «присвоения», умея заставить «чужое» говорить «свое», а «старое» – говорить «новое». Так, увитая красной лентой пихтовая ветвь православного праздника становилась атрибутом празднества нового, революционного, а на фундаменте снесенного памятника императору вырастал памятник во славу Труда.

С помощью символов в городском пространстве визуализировались базовые, «продвигаемые» в массы положения большевистской идеологии, новая историческая мифология, лозунги «на злобу

[1] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 515. Л. 9–10, 17–18; Д. 519. Л. 26, 30.
[2] НАРТ. Ф. Р-732. Оп. 1. Д. 515. Л. 6.

дня». По идее, сами советские города должны были стать живым воплощением идеи «советскости», локальным воспроизведением «Царства Коммунизма». Однако в ранний советский период, несмотря на уже появлявшиеся проекты радикальной перестройки, перепланировки и перекодирования городского пространства в соответствии с большевистскими идеями, их реализация – ввиду нехватки сил и средств, – была невозможна. В то же время спецификой «детства» советского общества, его «игровой» (в хейзинговском понимании) культуры была склонность воспринимать большое через малое, сложное – через простое. И в этом плане именно символическое преобразование пространства оказывало наиболее сильное воздействие на массы.

Конец 1920-х – начало 1930-х годов обозначили переход к унифицирующему единству городских культурных ландшафтов. Символизм провинциального пространства периода сталинизма, сохранявший определенную преемственность от раннесоветского, также подвергся значительным ограничениям: это было связано с предвзятым прочтением любых визуальных символов вне узких границ официально одобренных и предписанных (герб, серп и молот, красная звезда, девушка с веслом и т.д.), характерным для этой склонной к ксенофобии культуре. Так, уже при подготовке к празднованию 10-летия Октября один из организаторов местных празднеств требовал изменить часть праздничного декора на одном из зданий, «так как в перспективе он представляет крест, то есть олицетворение крестоносцев» [1]. Период раннего сталинизма знаменовал собой переход к принципиально иному опыту и пониманию визуализации «советскости» и иным методам и способам ее воплощения.

Сокращения

ГАРФ – Государственный архив Российской Федерации, Москва.
НАРТ – Национальный архив Республики Татарстан, Казань.
ЦГА ИПД РТ – Центральный государственный архив историко-политической документации Республики Татарстан, Казань.

Список источников

Амиров К. Казань: где эта улица, где этот дом? Справочник улиц города Казани. Казань: Казань, 1995.

Вишленкова Е., Малышева С., Сальникова А. Казанское житье (XIX–XX века) // *Э. Турнерелли.* Казань и ее жители. Казань: ДОМО «Глобус», 2005.

[1] НАРТ. Ф. Р-326. Оп. 1. Д. 357. Л. 33 об.

Голос Казани. 1917а. 15 марта.

Голос Казани. 1917б. 17 марта.

Дульский П.М. Искусство в Татреспублике за годы революции // Известия Общества археологии, истории и этнографии при Казанском государственном университете им. В.И. Ульянова-Ленина. Казань, 1929. Т. XXXIV. Вып. 3–4.

Еники А. Долгая жизнь // Казань. 1998. № 2–4.

Иконников А.В. Архитектура XX века: Утопии и реальность: В 2 т. М.: Прогресс-Традиция, 2001. Т. 1.

Камско-Волжская речь. 1913. 10 февр.

Малышева С.Ю. Раннесоветская праздничная культура (1917–1920-е годы): основные этапы и тенденции изучения // Вестник молодых ученых. СПб., 2003. № 4 (Серия: Исторические науки. 2003. № 2). С. 3–15.

Малышева С.Ю. Советская праздничная культура в провинции: Пространство, символы, исторические мифы (1917–1927). Казань: Рутен, 2005.

Меерович М.Г. Рождение и смерть советского города-сада // Вестник Евразии. М., 2007 //http://www.archi.ru/lib/e_publication_for_print.html?id =1850569462.

Меерович М.Г. Наказание жилищем: жилищная политика в СССР как средство управления людьми (1931–1937). М.: РОССПЭН, 2008.

Паперный В. Культура «Два». М.: НЛО, 1998.

Рольф М. Советские массовые праздники / Пер. с нем. В. Алтухова. М.: РОССПЭН, 2009.

Рошаль М.Г. Записки из прошлого. М.: Мысль, 1969.

Татарская энциклопедия: В 5 т. Казань: Институт Татарской энциклопедии АН РТ, 2002. Т. 1.

Сальникова А.А. От казанских слобод к Казани социалистической: Смена семантико-семиотического кода // Повседневность российской провинции: История, язык и пространство. Казань: ЗАО «Новое знание», 2002. С. 111-118.

Хан-Магомедов С.О. Архитектура советского авангарда: В 2 кн. М.: Стройиздат, 2001.

Соембикэ ханбикэ. Жыентык. Тарихи, фэнни хезмэтлэр, бэяннар, эдэби эсэрлэр, эсэрлэрдэн озеклэр. Казань: Таткнигоиздат, 2001.

Comrie B., Stone G., Polinsky M. The Russian Language in the Twentieth Century. Oxford: Oxford University Press, 1996.

Paperny V. Architecture in the Age of Stalin: Culture Two. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

Rolf M. Das Sowjetische Massenfest. Hamburg: Hamburger Edition, 2006.

Starr S.F. Melnikov: Solo Architect in a Mass Society. Princeton: Princeton University Press, 1978.

Поэтика повседневности семидесятых в фильме «Трамвай идет по городу»: ностальгическое эссе

Роман Абрамов

> Близилась ночь, рельсы несли свой груз,
> Трамвай не был полон, фактически он был пуст:
> Кроме двух-трех плотников, которых не знал никто,
> Судьи, который ушел с работы, и джентльмена в пальто.
>
> *Б. Гребенщиков, «Трамвай»*

Эссе посвящено рассмотрению форм визуальной репрезентации семидесятых. Особое внимание уделяется кинодокументалистике, иллюстрированным альбомам и художественному кино. В качестве центра авторского внимания в эссе выступает документальный фильм «Трамвай идет по городу», снятый в 1973 году на Ленинградской студии документального кино. Характеризуя различные аспекты собственного восприятия данного фильма, автор статьи задействует аналитические возможности визуальных исследований, культурологических концепций ностальгии. Стилистика эссе отражает авторские особенности восприятия эпохи и анализируемого фильма.

Благодарю организаторов летней школы за уникальную атмосферу плодотворного творческого общения и сотрудничества. Отдельное спасибо О. Запорожец за профессиональное и дружеское участие в судьбе данного текста на всех этапах его подготовки, ее поддержка была крайне важна при работе над статьей

Город – пир визуального

Городское пространство, выраженное через архитектуру, рекламные вывески, одежду горожан, всегда ориентировало наблюдателя на впитывание визуальных впечатлений. Поэтому любой город воспринимается в первую очередь через развертывание череды «видов», «ландшафтов», которые носят внешний материальный характер, но через которые себя проговаривает социальное. Так было всегда, будь то античный, средневековый город или город XIX века. В последнем случае замечательны работы первых этнографов городского пространства, в качестве которых выступали журналисты и беллетристы, дававшие пеструю, эмоциональную, но максимально исчерпывающую характеристику городов, рассматривая их через призму «физиологии». Одним из первых опытов подобного рода в России следует считать сборник «Физиология Петербурга», вышедший в 1845 году по инициативе и при участии В. Белинского. Во вступлении к сборнику В. Белинский отмечает, что задача книги дать

> характеристику городу преимущественно со стороны нравов и особенностей его народонаселения» с помощью «меткой наблюдательности или более или менее верного взгляда на предмет, который взялись изображать [Белинский, 1984. С. 40-41].

Сам В. Белинский в статье «Петербург и Москва», помещенном в этом сборнике, раскрывая уникальные черты городской жизни обеих столиц, отталкивается от визуальной характеристики городского пространства, которое служит естественным окружением социального. «Физиологии» как жанр важны для городской антропологии еще и тем, что они стали первыми попытками документалистики, где средствами языка писатель стремился запечатлеть разные стороны городской жизни в их самой «реалистичной форме». То есть целью авторов эссе в жанре городской физиологии становилось дискурсивное фотографирование – документальное описание города. Сегодня для визуализации имеются более простые пути, открывшиеся в результате развития технологии и легитимизированные в силу того, что визуальное становится доминирующим способом мышления и осознания. Вот что по этому поводу отмечал П. Штомпка:

> Общество становится все более «видимым», поскольку оно все больше структурируется «образно», разного рода картинками, включая рекламу, билборды, моду и разного рода технологические продукты потребления, например, автомобили, и все другие, которые обычно являются очень красочными, разнообразными и останавливают взгляд. Все это определенным образом презентируется нам, когда мы представляем себе современный

> город… Итак, современное общество становится все более и более «видимым» (визуально насыщенным) [Штомпка, 2007. С. 6-12].

В ситуации растущей зависимости современного общества от визуального, документирование окружающего мира становится настолько доступным, что перестает проблематизироваться в понятиях объективности, доверия, качества реконструкции. Поток жизни переносится на дигитальный носитель, минуя любое цензурирование, даже если оно продиктовано техническими требованиями проявки пленки и монтажа. Между тем объектив видео- и фотокамеры не является объективным – он всегда отражает чью-то позицию, пусть даже позицию молчаливого свидетеля, каким являются незаметные камеры видеонаблюдения. Фреймирование (термин, используемый П. Штомпкой в книге «Визуальная социология») не позволяет освободить визуальное от позиции наблюдателя. В связи с этим возникают затруднения при обращении к жанру кинодокументалистики, в котором имеются притязания на объективность, однако эта объективность зачастую только подчеркивает субъективный характер документального кино.

В чем отличие документалистики от других жанров? Как отмечает Б. Николс, в документальном нарративе вместе связываются объективные репрезентации исторического мира и риторические неявные оговорки авторов относительно оценок описываемого мира. Оговорки и аргументация могут тесно сопрягаться как с рационалистскими дискурсами уравновешенности, так и с поэтическим выражением, навевающим ассоциации. Документальный реализм представляет четко определенное историческое измерение. Фактически, он является формой визуальной историографии. Сочетание репрезентаций мира и репрезентаций авторского взгляда на этот мир придает амбивалентность слову «история»: это одновременно жизненная траектория социальных событий в том виде, как они происходят, и записанный дискурс, который рассказывает об этих событиях. Мы живем в истории и читаем истории. Мы смотрим документальное кино, но мы также видим отражение прошлого, переставшего существовать в момент завершения съемок фильма [Nickols, 1991, P. 166-167]. Специфика жанра кинозарисовок заключается в том, что чаще всего в них отсутствует история как законченный сюжетный нарратив. История здесь выражается либо через поэтически обусловленный визуальный ряд смены кадров, либо через видимый материальный ландшафт (одежда, выражение лиц, прически, транспорт, архитектура...). По А. Усмановой, кинематограф участвует в историческом семиозисе, визуализируя и репрезентируя то, что с трудом поддается или же сопротивляется описанию в терминах вербального

языка, – идеалы, желания, разочарования, чувство патриотизма или социального пессимизма. Иначе говоря, он позволяет прикоснуться к *историческому воображаемому* данного общества, к тому, что оно о самом себе думает или как себя представляет. Визуальные образы служат обществу примерно так же, как семейные фотографии поддерживают целостность более частных социальных групп: это эмблемы значительных событий, конструирующие концепт прошлого, но также обеспечивающие способы его преодоления [Усманова, 2004].

Кинематограф любого жанра не только отражает историческую действительность, но и конструирует восприятие времени, формирует стереотипы, касающиеся той или иной эпохи. Для социолога в документалистике в первую очередь вызывают интерес разрывы в дискурсе, позволяющие увидеть то, что находится за нарисованным очагом, проткнутым носом Пиноккио:

> Наибольшей значимостью в фильме обладает неявное (или неочевидное) содержание – правда, использование обоих прилагательных парадоксальным образом компрометирует смысл видимого, – то, что фильм «проговаривает» помимо желания и сознательных интенций его создателей, то, что вычитывается «между строк» рассказываемой истории [Там же].

Ностальгия: избирательная память о семидесятых

Для современного зрителя ностальгическое восприятие визуального ряда прошлого является крайне важным моментом взаимодействия собственного сознания с историей. Концепция ностальгии тесно связана с идеей исторической памяти и утопического конструирования прошлого. С. Бойм определяет ностальгию следующим образом:

> Ностальгия (от греч. nostos – возвращение домой и algia – тоска) – это тоска по дому, которого больше нет, или, может быть, никогда не было. Это – утопия, обращенная не в будущее, а в прошлое, а также проекция времени на пространство. Ностальгия – это попытка преодолеть необратимость истории и превратить историческое время в мифологическое пространство. Однако сама потребность в ностальгии исторична [Бойм, 1999. С. 91].

Н. Самутина развивает это определение с позиции переживания истории как травматического опыта, нуждающегося в терапии:

> Это понимание ностальгического как особого способа отношения к прошлому, характеризующего различные воображаемые сообщества и несущего различную идеологическую нагрузку в зависимости от того, кто его в данной ситуации переживает [Самутина, 2007. С. 33].

В приведенных определениях ностальгии крайне важным для нас является эскапистская функция ностальгии – в эпоху перемен реализуется миф о вечном возвращении в «прекрасное далеко». Ухронический [1] характер мышления в современной России проявляется через ностальгические грезы об ушедшей эпохе позднего советского прошлого – преимущественно семидесятых годов, которые многим видятся идеальной эпохой безвременья, когда, казалось, не будет конца застывшим и предсказуемым практикам повседневной жизни.

Ностальгический интерес к советским семидесятым реализуется в различных сферах коммуникации. Во-первых, это ностальгия тех, кто родился в середине семидесятых по «несбывшемуся» – времени, которое они застали лишь в раннем детстве и которое отсылает их к самому беззаботному периоду жизни (пример – популярность сайтов, подобных www.76-82.ru, www.sovietmoscow.ru, http://www.sovetika.ru/ и др., где нынешние тридцатилетние вспоминают материальный мир семидесятых). Во-вторых, все чаще проводятся параллели между духом времени семидесятых и двухтысячных – при всех разительных различиях в политике, потреблении, стиле жизни базовое сходство заключается в доминировании частной, приватной жизни над всеми остальными способами социальной интеграции – то, что можно назвать «пассивностью» и «конформизмом» в политической и общественной сфере, компенсируется повышенной активностью в сфере организации личного досуга, путешествий, потребления, формирование персональных социальных сетей (популярность таких Интернет-ресурсов, как www.odnoklassniki.ru, www.vkontacte.ru [2]).

Помимо тематических сайтов, имеются многочисленные сообщества в российской блогосфере [3] и социальных сетях. Их участни-

[1] Ежи Шацкий в своей работе «Утопия и традиция» ухрониями называл утопии времени – «они рисуют счастливо когда-то или "когда-нибудь". Такие утопии – это не локализованные однозначно пункты линеарного времени, но, как правило, острова во времени, нам не известном или же (если речь идет о прошлом) известном не слишком хорошо» [Шацкий, 1990. С. 55, 77-98].

[2] В социальной сети vkontakte.ru, аудитория которой преимущественно составляют люди в возрасте до 25 лет, есть несколько популярных сообществ, ориентированных на ностальгию по советским временам, например: «Рожденные в СССР» (10489 участников), СовДеп (6572 участника).

[3] Вот несколько ностальгических сообществ в российском ЖЖ, в которых визуальная составляющая консервирования времени сочетается с тематическим нарративами: http://community.livejournal.com/soviet_life «Предметы советской жизни в фотографиях, картинах советских художников и в ваших воспоминаниях…»; http://community.livejournal.com/cccp_foto «Сообщество посвящено аккумуляции фотографий, связанных с жизнью в СССР…»; http://community.livejournal.com/ru_museum70 «Виртуальный Музей 70-х годов…».

ки предаются воспоминаниям о «маленьких радостях» советской жизни, обмениваясь виньетками о доступности высшего образования, натуральности продуктов питания и дворовых детских играх. При этом в сообществах происходит вытеснение темы дефицита и вообще материальной убогости жизни большинства советских людей: необходимость «доставать» одежду и продукты трактуется как «отдельные недостатки» советского строя. Понятно, что для большинства участников данных сообществ семидесятые и восьмидесятые – это эпоха детства и отрочества, когда всю тяжелую работу по добыванию материальных благ выполняли родители. Как отмечают исследователи,

> одной из составляющих сегодняшнего феномена «постсоветской ностальгии» является тоска не по государственной системе или идеологическим ритуалам, а по реалиям человеческого существования. Ленинградский художник и фотограф заметил, что через несколько лет после «крушения коммунизма», которое он воспринял с восторгом, он вдруг почувствовал, что вместе с тем политическим строем из его жизни исчезло и что-то иное, более личное, чистое, исполненное надежды, «безоглядной искренности и подлинности» [Юрчак, 2007].

В-третьих, дух семидесятых, впервые реанимированный в новогодних телешоу «Старые песни о главном», возможно, стал частью дискурса власти, где личные мотивы (личностное формирование большей части современной политической элиты России пришлось на семидесятые) тесно переплелись с идеей «стабильности» как базового концепта официальной идеологии, концепта, с трудом уступающего кризисной тематике глобальной экономической рецессии.

Доступные визуальные репрезентации семидесятых ограничены. В первую очередь визуальный миф о семидесятых воспроизводится в художественных фильмах того времени, до сих пор пользующихся популярностью у телеканалов и населения. Фильмы «Ирония судьбы, или С легким паром», «Афоня», «Служебный роман», «Дневной поезд», «Утренний обход» предлагают зрителю где-то реалистичный, где-то мифологичный взгляд на семидесятые. Также в последние несколько лет погрузиться в «настоящие» советские семидесятые можно на нишевом телеканале «Ностальгия», чья программная сетка заполнена фильмами, телеспектаклями, выпусками новостей, телепрограммами той эпохи. Кроме того, представление о семидесятых можно получить посредством посещения фотовыставок (например, «Оптимизм памяти. Ленинград 70-х») и просмотра тематических

ностальгических сайтов. Безусловно, значимым источником визуальной информации о том времени являются семейные фотоальбомы.

Еще одним значимым, но не столь известным источником информации о семидесятых может служить жанр кинодокументалистики и маргинальный жанр телезарисовок.

Форматы визуальных репрезентаций семидесятых: кино и полиграфия

Объектом нашего анализа будет фильм, снятый ленинградскими кинодокументалистами в 1973 году «Трамвай идет по городу». Сюжет фильма, длительностью тридцать минут, разворачивается вокруг рабочих будней Людмилы Григорович – вагоновожатой ленинградского трамвайного парка им. Леонова. Камеры установлены в салоне трамвая и в режиме наблюдения фиксируют пассажиров в разное время суток. Параллельно следует нарратив вагоновожатой, посвященный как происходящему в трамвае, так и ее жизни: отношениями с дочерью, проведением свободного времени... Иногда камера из салона трамвая переключается на фиксирование окружающей среды – городских пространств Ленинграда. Данный фильм объединяет в себе три способа описания реальности:

вербальный – посредством нарратива вагоновожатой, задающего вектор смотрения и восприятия визуального ряда;

визуально-художественный – через выстраивание кадров, движения камеры, ракурса, фокусировки на отдельных персонажей и деталях. Визуально-художественный способ описания инициирован создателями фильма, вкладывающими определенный (требующий отдельного анализа) смысл в визуальный ряд;

«*документальный*» – прорывы социальной реальности, не предусмотренные создателями фильма, но заметные современному зрителю.

Документалистика, представленная фильмом «Трамвай идет по городу», может быть выделена в самостоятельный объект анализа советской визуальной культуры, поскольку, во-первых, является особой формой мнемотехники, «отпечатком» советской повседневности [Усманова, 2007. С. 24-25], во-вторых, степень срежиссированности этих визуальных материалов намного меньше, нежели в сюжетном художественном кино, и, в-третьих, у создателей таких визуальных артефактов зачастую не было иной цели, помимо заполнения «пустого» пространства перед киносеансом. Конечно, по своему сюжетному наполнению и художественной плотности фильм «Трамвай идет по городу» намного превосходит заурядную советскую телеза-

рисовку [1], но этот сюжет реализуется в значительной мере не с помощью визуальных средств, а посредством устного нарратива комментатора – вагоновожатой. Исходя из этого, в кинозарисовках и документальном фильме «Трамвай идет по городу» на передний план выходит поэтика советского города, о которой речь пойдет далее. Фильм формирует определенный образ места, который является составной частью смыслов, придаваемых индивидуальной жизни.

> Географическое пространство создает контекст, место действия или регион для реализации повседневной жизни. Это ведет к формированию жизненного мира, в рамках которого и существуют люди [Коетцы, 2002].

«Трамвай идет по городу» следует рассматривать в числе множества примеров, характеризующих увлеченность советского кинематографа 1960–1970-х годов городскими сюжетами: герои оттепели – это городские жители, фланирующие по улицам вместе с друзьями или путешествующие в другие города, как в фильме «Мой младший брат» по повести В. Аксенова «Звездный билет». На кинематографическом уровне происходит десакрализация городского пространства: из витрины достижений социалистического строительства город постепенно превращается в сцену протекания повседневной жизни.

Этим производимые образы городского пространства в документальном кино отличаются от тех, что отражены в других жанрах. В первую очередь эти отличия заметны на фоне советского художественного кино 1970–1980-х – фильмы Э. Рязанова «Ирония судьбы», «Служебный роман», Г. Данелия «Осенний марафон», И. Селезневой «Дневной поезд», ставшие воплощением мифологии позднего советского времени для миллионов жителей России. Там используются приемы кинодокументалистики, когда зрителю предлагается фрагмент обыденной городской жизни под музыкальное сопровождение. В отличие от жанра документальных зарисовок городские мотивы здесь подчинены художественному замыс-

---

[1] Телезарисовки – жанр, призванный заполнять на советском телевидении «пустые» пространства между основными программами. С началом рыночных реформ эти пробелы будут заполнены коммерческой рекламой. Телезарисовки обычно представляли собой небольшие документальные фильмы о повседневной жизни города (чаще всего Москвы или Ленинграда): камера ставилась на улице и в почти случайном порядке выхватывала из городской среды лица отдельных прохожих, поток машин, витрины магазинов, архитектуру. Как правило, телезарисовки сопровождались закадровой инструментальной музыкой. Телезарисовки, конечно, предлагали избирательный взгляд на «передний план» городского пространства: большинство съемок происходило в центральной части города. Впрочем, камера фиксировала не только то, что пожелал оператор. От ее объектива не укрывались мелочи советской повседневности семидесятых.

лу: либо показывается, как главный герой мечется по Ленинграду («Осенний марафон»), либо как советское учреждение вбирает в себя людей с городской улицы («Служебный роман»), либо как главный герой возвращается к себе в квартиру, бредя пустынными кварталами новостроек утром первого января («Ирония судьбы»). В художественном кино непроизвольная репрезентация города через «свободную» камеру уступает место произвольной репрезентации сконструированного городского пространства, подчиненной воле режиссера. В фильме «Трамвай идет по городу» использован популярный в шестидесятые годы прием субъективизации взгляда, когда камера «смотрит» от первого лица, в нашем случае от лица вагоновожатой. Эту особенность точно подметила А. Усманова в ее анализе фильма «Еще раз про любовь»:

> Эта отличительная особенность всего кинематографа 1960-х, основной заботой которого был пересмотр исторического и общественного с точки зрения отдельного человека. Но субъективное здесь все еще подчинено социальному – в этом мы убедимся, если обратим внимание на траекторию перемещений камеры. Общие планы Москвы переходят в кадры с рестораном, и только затем в фокусе камеры появляется Наташа [Усманова, 2004].

В 1970–80-е годы распространенной формой визуальной репрезентации городского пространства являлись иллюстрированные альбомы или наборы фотооткрыток, посвященные тому или иному городу (обычно уровня областного центра). Иллюстрированные альбомы призваны были служить, во-первых, туристическим сувениром, во-вторых, для городских властей – витриной достижений городского хозяйства и строительства [1]. Фактически, эти альбомы представляли официальный взгляд на город, поскольку в силу высокой стоимости печати, выпускались раз в три-пять лет, и помещенные туда фотографии проходили тщательный отбор. Одной из доминирующих оптик, используемых в этих альбомах, был «взгляд на город с птичьего полета», когда зрителю предлагались панорамные изображения целых микрорайонов или города в целом. Особой популярностью пользовались фотоизображения районов новостроек, репрезентирующих успехи социалистического строительства.

«Божественное» наслаждение советским строительством лишь изредка сменяется взглядом пешехода на городское пространство. И в этом случае сюжеты жестко сгруппированы по рубрикам: люди на городских улицах символизируют досуг советских граждан, гуляющих по улицам современного города, либо движение горожан к месту

[1] См., напр., подарочные фотоальбомы Пенза. М.: Планета, 1974; Сурская новь. М.: Советская Россия, 1986.

работы и возращение с работы. Важно отметить отсутствие изображений одиноких людей в городском пространстве – судя по визуальному ряду иллюстрированных альбомов, обычный человек постоянно погружен в коллективное тело советского народа. Коллективистская идеология реализуется через сюжеты фотографий, преимущественно связанные с мобилизацией горожан вокруг какого-то события: демонстрации трудящихся, открытия нового памятника, участие в спортивных мероприятиях. Сам советский народ призван служить декоративным фоном демонстрации достижений советской архитектуры: подобным образом эскизы будущих объектов архитекторы «оживляют» фигурками движущихся людей и автомобилей, чтобы показать вписанность проекта в городской ландшафт.

Вместо отстраненного взгляда на город как «макет» в фотоальбомах, в фильме мы видим взгляд на город как «коммуникацию» – воплощенную в деятельности горожан (*Ил. 1*). При этом в отличие от иллюстрированных фотоальбомов, «Трамвай идет ...» предлагает нам менее «цензурированный» взгляд на город – мы видим, что на улицах довольно много людей с хмурыми, усталыми лицами, мы можем заметить, что снег с тротуаров убирают не слишком тщательно и что многие автомобили нуждаются в мойке.

Впрочем, в случае фотоальбомов неглянцевая реальность тоже прорывается – но не в изображении городских пространств, а в отображении «трудовых будней» горожан: заметно, что цеха имеют «допотопное» оборудование, плохо освещены, а рабочие далеко не всегда носят спецодежду, как того требуют нормы техники безопасности. Документальный фильм «Трамвай идет по городу» предлагает зрителю особый вид репрезентаций городского пространства, отличающийся от взгляда как сюжетного документального кино, так и художественного кино и иллюстрированных фотоальбомов того времени.

Иллюстрированные альбомы даже в начале 1970-х годов старались делать полностью цветными, заказывая дорогую печать в ГДР, тогда как кинодокументалистика чаще работала с черно-белым изображением:

> Особую роль в создании интимно-доверительной интонации играла черно-белая стилистика советского кино 1960-х годов – сложившаяся в эпоху, когда, казалось бы, во всем мире цветное изображение утвердилось в качестве кинематографической нормы. Обращение к черно-белой поэтике – вынужденная мера, обратившая недостаток (финансовые сложности) в преимущество, в намеренно используемый художественный прием. Черно-белая съемка позволяла создать особую камерную атмосферу, передать лирический импульс, сохранив при этом коннотации документализма и реалистичности в изображении повседневной жизни [Усманова, 2004].



Ил. 1. В фильме «Трамвай идет по городу» и кинозарисовках новостройкам практически не уделяется места, а город показывается через самих горожан, столь отличных друг от друга, и через особый ритм движения и жизни в большом мегаполисе, зафиксированном в мигании светофоров, движении автомобилей и общественного транспорта.

Достоинства черно-белого изображения, изображения, предлагающего дополнительный стилевой элемент, весьма умело обыграны в фильме «Трамвай идет по городу» – городские виды, силуэты пешеходов на свежевыпавшем снегу, романтичные пассажиры – все они стали таковыми, когда поместились на черно-белой кинопленке.

Техника изображения в значительной степени формирует его зрительское восприятие. Советские фильмы были преимущественно сняты на черно-белой или цветной пленке Шосткинского объединения «Свема», придающей изображению дополнительную анемичность из-за невысокого качества пленки. Даже первая копия нового советского фильма смотрелась так, будто уже подверглась искусственному состариванию – потертости и технические сбои обеспечивали эффект умирания изображения более быстрый, чем мог бы себе представить Р. Барт. Только появившись, фильм уже готов был исчезнуть:

> У взгляда будто бы вовсе нет точки закрепленности: каждая вещь готова исчезнуть, истлеть в момент ее рассматривания. Специфическая свето- и цветобоязнь советского фильма связана с плохим качеством пленки и бедностью киноиндустрии (и на «Кодаке» эти эффекты сохраняются) [Аронсон, 1996].

«Трамвай идет по городу», конечно, относится к этому типу советского кино: снятый на «медные деньги» тематической документали-

стики, обладая черно-белым нуаром, он в чем-то даже предвосхищает юфитовские некрофильские опыты конца восьмидесятых. Тем более, сама стилистика Е. Юфита выросла, в том числе и из стилистики Ленинградской студии документальных фильмов (ЛСДФ), которую он воспринял от А. Сокурова [1]. В отличие от безумных разрывов рутинного хода обыденности у Е. Юфита, единственной попыткой оккупации повседневности со стороны авторов «Трамвай идет по городу» стала игра оркестра в салоне трамвая, вызвавшая опасливое недоумение пассажиров. В результате изображение воспринимается как

> тлеющее, выцветающее, исчезающее в сам момент восприятия, оказывается удивителен и странен: образ советского фильма словно лишен самого главного – ощущения видимости, возможности связать его с неким представимым целым [Аронсон, 1996].

Ухудшение технического качества изображения стало рациональным методическим приемом известного фотографа Б. Михайлова [2], который делая отпечатки невысокого качества, стремился показать убогость реальной советской повседневности:

> так моя «непрофессиональность» сделала не очень качественные отпечатки. Но, с другой стороны, «качественные» отпечатки не давали ощущения «грязи», которое я тоже хотел передать. «Плохое» качество соответствовало советскому образу жизни, соответствовало плохому качеству работы «среднего» советского человека [Михайлов, 2005. С. 173-186].

Еще в эпоху дозвукового и полностью черно-белого кино с его бедными техническими возможностями Ю. Тынянов заметил:

> «Бедность» кино, его плоскостность, его бесцветность – оказались средствами положительными, подлинными средствами искусства, точно так же как несовершенство и примитивность древнего изображения тотема оказалось положительными средствами на пути к письму [Тынянов, 1977].

Создатели «Трамвая» вполне успешно задействовали художественный потенциал черно-белого изображения: снимая сквозь запотевшее стекло трамвая, оператор превращал городскую обыденность

---

[1] Е. Юфит В 1988–1989 годы учился в киношколе Александра Сокурова. Киношкола была организована ЛСДФ и Ленфильмом и позволила обрести относительно официальный статус представителям ленинградского киноандеграунда.

[2] Фотограф Борис Михайлов родился на Украине в 1938 году. Неофициальное признание пришло к нему еще в советское время. Его работы, сочетающие документальность и концептуальный подход, были неоднократно отмечены высшими международными наградами (Hasselblad Award, The Citibank Private Bank Photography Prize). Источник: www.photographer.ru.

в движущиеся произведения художника-графика. Примером может служить дама с пуделем, которая спешит на трамвай по свежевыпавшему снегу и ее движение перетекает из кинематографического изображения в ожившие картинки анимации.

Мода семидесятых годов – это мода, впечатленная глянцевыми красками уорхолловского поп-арта, стразами британского глэма и психоделическими узорами хиппи: семидесятые годы – это годы цветового взрыва. Эта тенденция ярко проявилась в эволюции дизайна обложек альбомов Битлз: от строгих черно-белых фото на первых альбомах, до богатства красок на конверте «Клуба одиноких сердец Сержанта Пеппера» [Хиллер, 2004. С. 179-180]. Между тем фильм «Трамвай идет по городу», хотя и снят в 1973 году, однако воспринимается как фильм, сделанный в 1960-х, относящийся к минималистской эстетике советского неореализма таких фильмов, как «Июльский дождь» и «Журналист». Названные фильмы пронизаны неореалистической эстетикой шестидесятых с ее монохромным изображением и аскетичным визуальным рядом.

«Трамвай идет по городу»: живые картинки ушедшего времени

Фильм «Трамвай идет по городу» был создан в 1973–1974 годах на Ленинградской студии документальных фильмов (ЛСДФ), которая считалась одной из лучших в стране:

> В разные годы на студии работали такие мастера отечественного киноискусства, как Роман Кармен, Ефим Учитель, Семен Аранович, Лев Черенцов, Павел Коган, Людмила Станукинас, Ирина Калинина, Михаил Литвяков, Александр Сокуров, Виктор Косаковский… «Золотым веком» стали для студии 1960–70-гг., когда один за другим появлялись настоящие режиссерские шедевры [Полушко, 2007].

К сожалению, полную историю создания фильма «Трамвай идет по городу» найти не удалось, можно только сказать, что режиссер фильма Людмила Станукинас является одним из корифеев советской кинодокументалистики и в разные годы принимала участие в съемках фильмов, ставших классикой документального кино – «Взгляните на лицо» [1], «День переезда», «Полет», «Дирижирует Юрий Темирка-

---

[1] Режиссером фильма «Взгляните на лицо» является П. Коган, который обычно свои фильмы снимал вместе с женой Людмилой Станукинас. Фильм снят на ЛСДФ в 1966 году. Скрытая камера стоит за картиной Леонардо «Мадонна Литта», снимая людей в минуты душевного подъема, внутренней сосредоточенности, в минуты встречи с прекрасным. Фильм отмечен призом Международного фестиваля в Лейпциге (1966).

нов», «Профессия – оператор», «Военной музыки оркестр», «Алиса Фрейндлих» и др.

Контекст создания фильма может нам много сказать как о сознательных интенциях его создателей, его эксплицитном содержании, так и об имплицитных, бессознательных элементах содержания и стиля. «Трамвай идет по городу» следует рассматривать в качестве продукта ЛСДФ, с ее сформировавшейся эстетикой и художественными приемами. Свидетели событий предлагают свой взгляд на эстетическую идеологию студии:

> В 1966 году – студия предъявила миру свой манифест. Это картина режиссера Павла Когана «Взгляните на лицо». Десятиминутный фильм о том, как люди в Эрмитаже смотрят на Мадонну Литту Да Винчи, снят скрытой камерой. В зале был ремонт, группа спряталась где-то в рабочих лесах… «Взгляните на лицо» – это стало принципом, кредо ленинградской школы. Это было эстетическим потрясением, открытием… Оказывается, на человека можно смотреть просто как на человека, это просто человек, не коммунист, не ударник труда, не стахановец и не Стаханов, он просто может прийти в музей, и на него интересно смотреть… [Ганшина, 2005].

Субъективизация взгляда и позиция нейтрального наблюдателя, столь важная для художественного кино шестидесятых, стали базовыми исходными принципами работы документальной студии в Ленинграде. Снималось ли в ЛСДФ документальное кино? Те, кто работали там, скорее свидетельствуют в пользу эстетического и художественного взгляда на реальность, взгляда, который выходит далеко за пределы хроникальной записи повседневности – превращаясь в маньеристские искания декадансной эпохи застоя:

> Наше искусство было очень сильно барочным. Барокко возникает при системе распада... Мы стали говорить на кинематографическом языке... В системе, когда тем было мало, когда было регламентировано все, кроме способа сказать. Все регламентировано, кроме того, что ты мог оттачивать мастерство, ты мог оттачивать язык. Искусство – это непрямое говорение. И мы вышли на это... [Там же].

Учитывая художественное кредо ЛСДФ, мы можем констатировать то, что фильм «Трамвай идет по городу» только отчасти относится к жанру документального кино – элегическое движение трамвая по осеннему городу с его суетой, уставшими жителями, радостями и печалями – вот главное содержание фильма, содержание, которое не имеет смысла вне визуального ряда.

В какой-то мере фильм «Трамвай идет по городу» является типичным для своего времени, когда на смену бравурному пропаганди-

стскому кино сороковых-пятидесятых пришло кино, повествующее о повседневной жизни отдельного человека. Даже во многих фильмах производственной тематики на передний план выходил жизненный мир индивида, а собственно производство являлось фоном для описания биографической ситуации. Фильм снят в начале семидесятых, но по своей монохромной стилистике, подходу к построению долгих планов и связи музыки с визуальным изображением этот фильм, конечно же, принадлежит шестидесятым. В связи с этим вспоминается художественный фильм «О любви», снятый на Ленинградской киностудии в 1971 году, где характерная манера шестидесятых в изображении города также дает о себе знать.

Для кинематографа важна точка зрения, которую Н. Ньепс определял как «группу предметов в некотором отдалении, на которые зрение направляется и на которых оно останавливается» [См.: Верильо, 2004]. Это взгляд на вещи и людей сквозь оптический прицел, недаром П. Верильо проводит сравнение между работой кинооператора и пулеметчика – оба заняты «обстрелом» увиденного с определенной позиции. Советское кино шестидесятых сменило точку зрения: если сталинское кино предлагало нам позицию расстрельной команды, то в период и после оттепели – это взгляд снайпера или сыщика [1], максимально незаметного для действующих лиц, независимо от расстояния, с которого ведется стрельба. Незаметность движущегося взгляда кинонаблюдателя дала о себе знать в первых кадрах «Июльского дождя» М. Хуциева, «где камера как бы случайно выхватывает Лену из движущейся толпы на улице и уже затем неотступно следует за ней» [Усманова, 2004].

В фильме «Трамвай идет по городу» использован прием скрытой камеры, установленной в салоне трамвая. Сразу возникает сомнение в технических возможностях ведения скрытой съемки пассажиров в то время и с тем кинематографическим качеством: неужели те, кто ехал в трамвае, не догадывались о факте ведения съемок? Для нас же здесь важен сам прием – наблюдение за городской повседневностью скрытым образом. Если судить по выражению лиц пассажиров, то, скорее всего, большинство из них либо не замечают камеры, будучи погруженными в себя, либо не видят в ней чего-то заслуживающего внимания (*Ил. 2*).

Впрочем, последнее маловероятно – по отзывам многих советских фотографов, до начала восьмидесятых годов человек с фотоаппаратом все еще продолжал кое-где восприниматься с подозрением.

[1] «Видеть, не будучи видимым» – таков один из девизов полицейской некоммуникативности. Задолго до взгляда антрополога и социолога неминуемо внешним обществу стал взгляд, бросаемый на него сыщиком» [Верильо, 2004. С. 80].

Не зная техническую сторону маскировки камеры, можно констатировать, что авторам «Трамвай идет по городу» удалось достичь эффекта аутентичности – максимальной документальности и реалистичности визуального ряда. При этом активно используются приемы оттепельного советского кино, вдохновленного итальянским неореализмом – плавное, следящее движение камеры, преобладание крупных планов и ракурс, соизмеримый со взглядом человека. Камера установлена так, что мы находимся внутри трамвая и можем оглядывать его салон с точки зрения обычного пассажира.



Ил. 2. Пассажиры погружены в себя. Авторы фильма, очевидно, стремятся добиться максимальной аутентичности.

«Трамвай идет по городу» относится к тому советскому кино, в котором идеологическое полиняло, сошло на уровень ритуального дискурса как в некоторых высказываниях главной героини, где идеологическое стало повседневным, выражая себя в трескучих заголовках газет, продаваемых в киосках Союзпечати, воспетых П. Мамоновым [1] (*Ил. 3*).

В этом отношении фильм вписывается в определение позднего советского кинематографа как апатичного, пассивного:

[1] Я часто сижу и грущу, я умею плакать без слез / Я делаю пустые глаза и на каждый вопрос отвечаю «за» / Но утром по пути в киоск я часто хочу, чего нет / Меня научила мечтать свежая краска газет «Союзпечать» / Мне надо быть в курсе, я делаю деньги / Фальшивые деньги / Я часто хожу в кино, пустое, как чешский трамвай / Смотрю заграничный фильм, попробуй меня поймай / Я Всегда один / Но утром по пути в киоск мы вместе хотим чего нет / Меня научила ждать свежая краска газет, «Союзпечать» (Из песни «Союзпечать» П. Мамонова, лидера рок-группы «Звуки МУ»).

> Визуальная апатия, кажется, и есть то, что приводит во взаимодействие различные фигуры отсутствия, то есть те элементы изображения, которые противоречат цельности зрелища, разлагая изображение на мельчайшие хаотические единицы [Аронсон, 1996].

«Трамвай идет по городу» относится к числу фильмов такого рода, – с одной стороны, распадается на отдельные кадры, фотопортреты, а с другой – превращается в бесконечную кинозарисовку с повторяющимся маршрутом движения и знакомыми лицами пассажиров.



Ил. 3. В фильме идеологическое прочитывается на смятых страницах советской прессы, которую листают пассажиры трамвая, но больше почти никак не проявляет себя в визуальном ряде.

Оптическая система водителя трамвая является главной в документальном фильме «Трамвай идет по городу». Эта оптика накладывает собственное искажение на видение города и горожан. Во-первых, водитель трамвая находится в позиции наблюдателя, в силу физического расположения водительского места над пешеходами и большей частью транспортного потока. Водитель также может наблюдать в крупное зеркало заднего вида, что происходит внутри трамвайного вагона, оставаясь при этом невидимым большинству пассажиров. Такая «привилегированная» позиция стимулирует определенные проекции власти: в своем нарративе вагоновожатая упоминает о том, что ей не только нравится наблюдать за пассажирами, но еще она может видеть интерьеры комнат в домах, мимо которых проезжает трамвай.

Во-вторых, траектория движения трамвая однажды и навсегда задана рельсами, могущими служить апофеозом позитивистской линейности индустриальной эпохи.

Кевин Линч отмечает, что результаты исследований позволяют выявить содержимое образов города, соотнесенное с предметными формами, и для удобства классифицировать последние: пути, границы, районы, узлы и ориентиры. У этих элементов действительно универсальный характер, поскольку они проявляются во множестве типов окружающих образов [Линч, 1982]. Одним из ключевых элементов являются

> пути – это коммуникации, вдоль которых наблюдатель может перемещаться постоянно, периодически или только потенциально. Их роль могут играть улицы, тротуары, автомагистрали, железные дороги, каналы. Для многих это преобладающие элементы в их образе окружения: люди обозревают город, двигаясь по нему, относительно путей организуются все остальные элементы среды. Пути характерны не только опознаваемостью и непрерывностью, у них есть и свойство направленности. Это легче всего обеспечивается наличием градиента, регулярного изменения какого-то качества, нарастающего в одном направлении [Линч, 1982].

Водитель трамвая при всем желании не сможет занять позицию фланера (будь то в понимании В. Беньямина или З. Баумана), поэтому единственным способом познания города для водителя трамвая служат различия, возникающие в результате изменения времени суток, погоды, сезона и людского потока. Сюжетно фильм представляет собой опыт прочтения города вагоновожатым в разное время суток (утро, полдень, вечер буднего дня), разные дни (понедельник, пятница) – уловка, позволяющая внести различия, «уникализовать» опыт города [Запорожец, Лавринец, 2007].

Конечно, сегодня фильм «Трамвай идет по городу» – это, прежде всего, ностальгия по времени, которое в силу возраста осталось за пределами собственной биографии. При первом просмотре завораживает поэтика советской повседневности, заключенная в одежде, выражении лиц, нарративе вагоновожатой. Только при повторных просмотрах начинаешь отмечать, что материальный мир советской эпохи был довольно уныл и однообразен, и что бедность отнюдь не появилась в начале девяностых вместе с экономическими реформами.

Ностальгическая нота восприятия фильма становится очевидной, если обратиться к впечатлениям от фильма у пользователей Интернета, которые оставляли свои отзывы на форумах и в блогах. Самую обширную рецензию на фильм оставил поклонник советской визуальной культуры 60–80-х годов *Alex Dragon*. Он обращает вни-

мание на особенности операторской и режиссерской работы, выводящей фильм далеко за рамки документирования реальности:

> Как бы между делом, фоном рассказа, проплывают в трамвайных окнах виды Ленинграда. Казалось бы, кто только и сколько не снимал северную столицу, что можно добавить к тому? Оказывается, можно. Парадных съемок, «визитных карточек города» – да, не счесть, но что бы вот так вот, на черно-белую пленочку, из трамвайчика – и получился то ли балет, то ли акварель, то ли поэма… [Alex Dragon, 2007].

Как считает Alex Dragon, авторам фильма удалось создать уникальную поэтическую атмосферу:

> Атмосфера удивительная, не знаю, как это на пленку попадает. Поражает специфический покой, какая-то плавность, неторопливость. Так вот иногда бывает, когда зимой снег выпадает в тихую погоду, едешь в автобусе – а за окном вроде и не твой город вовсе, а какой-то кукольный театр новогодний: снежинки падают, блестя в лучах фонарей и фар, елки пухом покрываются, так и ждешь увидеть гирлянды, только Щелкунчика где-нибудь под ветками не хватает [Там же].

Тема покоя вообще очень значима в оценках этого фильма и документального кино ранних семидесятых в целом. Насколько она соответствуют реальности, отраженной в документальном кино? Пожалуй, не совсем. Просматривая фильм «Трамвай идет по городу», видишь довольно много жестких, замкнутых, озабоченных лиц пассажиров трамвая, которые явно не пребывают в состоянии покоя. Возможно, тема покоя становится столь важной при оценке это фильма, исходя из общих стереотипов коллективной памяти о семидесятых и эпохе застоя как спокойном, стабильном времени (или «безвременье»), когда страна погрузилась в дремоту, когда частная жизнь, наконец, стала доминировать над общественным «советским телом». Поэтому, как считается, в ранних семидесятых рефлексия, дружеские посиделки, возможность сосредоточиться на своем «избирательном сообществе» формировали особый пласт жизненного мира, утраченный в более жесткие восьмидесятые и запредельные девяностые. *Alex Dragon* вполне точно передает свои ощущения от просмотра фильма, свой Zeitgeist семидесятых:

> Вот такой покой. Или застой? Смутно помню виденные когда-то документальные фильмы начала 70-х – в них точно такая же атмосфера, неспешная, неторопливая, как будто некуда спешить – все ясно, все расписано, все определено. Сонное царство. И привлекает, и отталкивает. Почти статика – никакого нерва, никакого драйва, как в более поздних фильмах... А тут – даже не ретро, а просто вневременье. Дух времени?

И рецензент не одинок в своем восприятии фильма. Для зрителя с ником *mon-montblanc* «Трамвай идет по городу» служит спусковым крючком для погружения в мир воспоминаний и ностальгии по семидесятым – времени своего детства и юности. Для него история раскрывается через личные переживания первого алкогольного опыта, поездок за город, от встреч с родными:

> Первый раз был в Питере в 1971 году. Потом, постарше, отдыхал каждое лето у тети. Первая личная бутылка кубинского рома :) , которую привез домой и потихоньку смаковал. Потом, во время армейского отпуска, поездка с отцом, но пробыл с ним дня три, встретился с товарищем, навестили еще одного – курсанта мореходки и умчались в Таллинн. Свадебное путешествие... Тетушка подсовывает путевки в Петергоф, а мы с Танюшкой в Апраксин двор за шмотками... [1].

Считается, что различение *studium* и *punctum* для анализа визуальных текстов было широко введено Роланом Бартом в работе «Camera lucida» (1980). Эти два понятия вводятся Бартом в латинской транскрипции, поскольку он не нашел им аналогов во французском языке:

> Мне показалось возможным ввести различение между полем культурных интересов (studium) и тем неожиданным зигзагом, который иногда это поле рассекал и который я назвал punctum'ом. Punctum в фотографии – это тот случай, который на меня нацеливается (но вместе с тем делает мне больно, ударяет меня). Очень часто punctum представляет собой «деталь», т. е. частичный объект. Поэтому привести примеры punctum'а – означает некоторым образом открыть свою душу [Барт, 1997].

Очевидно, автора под ником Alex Dragon и других зрителей «Трамвай идет по городу» в первую очередь завораживает поэтический studium, отсылающий к эстетике искренности шестидесятничества. Меня же в силу интереса к деталям занимает punctum, прорывающийся в лицах пассажиров и монологе вагоновожатой. Почти сразу я обращаю внимание на одинаковые бурые шляпы и плащи мужчин среднего возраста, мужчин которые не выглядят счастливыми – их молодость пришлась на послевоенное сталинское время и с высоты моего времени я начинаю задумываться – почему у них такие тоскливые жесткие лица. Мне начинает казаться, что за внешним видом заурядных советских служащих скрываются секретные сотрудники КГБ, регулярно бегающие в органы для доносов на своих сослуживцев. Я вижу молодую женщину в светлой болоньевой куртке и шерстяном платке, чье лицо являет собой маску уныния (*Ил. 4*). Параллельно меня занимает влюбленная пара (*Ил. 5*).

---

[1] См.: Живой журнал http://mon-montblanc.livejournal.com/553736.html.



Ил. 4. Я задаю себе вопрос, где работает или учится эта женщина, отчего у нее такое лицо, неужели действительно в ее жизни все складывается не так.



Ил. 5. Параллельно меня занимает влюбленная пара, появляющаяся в последних кадрах фильма – молодой человек в плаще и с битловской прической, на плащ нацеплен большой круглый значок.

Я много читал о ленинградском музыкальном андерграунде и невольно начинаю додумывать жизнь этого молодого человека: как он меняется записями западных рок-групп, тусуется с хиппи. Я помню, что СССР – это страшно милитаризированная страна, и поэтому обращаю внимание на людей в военной форме, столь часто оказывающихся в кадре: молодые солдаты и моряки. И мне сразу вспоми-

нается то, как один мой московский знакомый, человек, которому больше пятидесяти лет, как-то заметил, что в семидесятые годы Москва казалась прифронтовым городом из-за обилия людей в военной форме, которых можно было встретить повсюду: в метро, троллейбусе, на улице. Ленинград в наследство от имперской столицы получил весомую милитаристскую составляющую – военные гарнизоны, училища, базы. Поэтому ничуть не удивительно, что мы видим столько людей в военной форме в салоне трамвая.

Нарратив вагоновожатой заслуживает отдельного внимания – в какой-то момент он начинает действовать раздражающе, выступая диссонансом визуальному ряду. Автор монолога не ограничивается комментариями происходящего в трамвае и за его окнами, но выходит на довольно серьезные обобщения, касающиеся распределения гендерных ролей в семье и приемлемых способов культурного потребления. В этом дискурсе можно заметить все – и ханжеские нормы советской культуры («*моя дочка не красится*»), и однозначную позицию будущей сварливой тещи («*я считаю, что на самом деле на Земле матриархат и миром правят женщины*»), и официально поощряемые практики культурного потребления («*мы с дочкой ходим на балет, в оперу, в театр*»). Возникает вопрос о степени конструированности, срежессированности этого нарратива – в какой степени он является собственно высказыванием вагоновожатой, а в какой – результатом работы сценаристов.

Вербальный и визуальный ряды фильма наделены самостоятельными смыслами и могут восприниматься отдельно друг от друга. Я провел небольшой эксперимент: посмотрев несколько раз фильм в его аутентичной версии, я посмотрел его без оригинального аудиоряда, заменив его на электронную музыку в духе ambient. В таком случае фильм производит макабрическое впечатление – от поэтичности и элегичности мало что остается, но убогость советской повседневности (а может быть и любой повседневности) воспринимается более отчетливо. Вторым этапом эксперимента стало прослушивание аудиоряда фильма отдельно от визуальной составляющей, что позволило сосредоточиться на ключевых темах и содержании монолога главной героини Л. Григорович.

Предваряя краткий анализ аудиоряда, необходимо обозначить проблему, которая вряд ли разрешима без обращения к создателям фильма. Конечно, «Трамвай идет по городу» официально относится к жанру документального кино. При этом, очевидно, что нарратив главной героини фильма является результатом режиссерской конструкции. Проблема заключается в следующем – до какой степени глубоким была эта конструкция и что из нарратива следует принимать в качестве собственных слов и тезисов героини, а что является резуль-

татом сценарного проектирования? Зная некоторые принципы работы ленинградской студии, можно предположить, что за основу нарратива были взяты результаты бесед-интервью с героиней фильма, которые затем прошли сценарную обработку и были собраны в виде цельного рассказа. То есть можно принять за базовое предположение, что содержательно нарратив соответствует жизненному миру Л. Григорович, но семантически он решен в формате, соответствующем художественным целям создателей «Трамвай идет по городу». Его можно сравнить с «документальным театром» (Театр.doc) как новой линией театрального искусства – на материалах интервью и документов делается сценарий, заключенный в рамки художественного замысла режиссера спектакля. Основными лейтмотивами нарратива главной героини являются темы «Работа», «Город», «Дети и дом».

Тема работы главным образом реализуется через аспект организации коммуникации вагоновожатого с окружающим миром. Героиня подчеркивает узкие рамки взаимодействия с пассажирами в процессе работы: «*Наше общение с людьми очень ограничено, поэтому я сердцем и душой страдаю, что не могу поговорить с ними. Вот только смотрю молча – единственное мое общение и знакомство*». Зрение служит ключевым инструментом коммуникации с окружающими, и вагоновожатый волей-неволей попадает в ситуацию наблюдателя, вынужденного довольствоваться этой ролью: «*я, по-моему, первая наблюдаю за явлениями природы. Как люди одеваются, какая мода. Каково направление в цветах. Это все на моих глазах происходит*». Преодоление эмпатического отчуждения вагоновожатой в процессе коммуникации реализуется через маркирование отдельных пассажиров, регулярно пользующихся этим трамвайным маршрутом в качестве «знакомых». Конечно, эти «знакомые» не догадываются о том, что входят в круг визуального общения вагоновожатой с внешним миром: «*Знакомый гражданин едет. Где-то на Балтийском заводе работает*».

О своей работе героиня отзывается положительно, в соответствии с канонами советских идеологических установок о радостях созидательного труда. Однако, в нарративе вагоновожатой имеется некоторое противоречие – с одной стороны, она утверждает, что работа не является «нервной», но, с другой стороны, «требует предельного внимания», накладывающего ограничения на такие спонтанные физиологические процессы организма, как, например, чихание: «*Когда я чихаю, глаза закрываются, и я очень боюсь – когда закрываются глаза – вагон может пройти за это время 8 метров. Никак не могу чихнуть с открытыми глазами – а ведь скорость 60 км в час*».

Рутинизированность труда водителя вагоновожатого также служит темой одной из реплик героини: «*Молчаливая работа. Все вре-*

мя одни и те же остановки – как попугай». То есть вагоновожатый довольно жестко фреймирован в процессе своей трудовой деятельности – это является следствием технических особенностей трамвая как вида транспорта и необходимостью быть внимательным в ситуации интенсивного городского движения.

Город для вагоновожатой проявляет себя в двух аспектах: во-первых, это гигантская декорация, призванная развлечь героиню в процессе ее монотонного труда, а во-вторых, это само пространство работы, бросающее вызовы в виде перебегающих перед трамваем пассажиров и проезжающих автомобилей. Для героини крайне важна смена времени суток и сезонов, позволяющая обновить городские декорации.

Заметная часть нарратива о Ленинграде находится в рамках экскурсионного дискурса – поэтизация городского пространства происходит в терминологии путеводителя. Указанием на экскурсионный дискурс служит упоминание в нарративе числа мостов и островов, на которых расположен город на Неве. Скорее всего, эта статистика была навязана героине авторами фильма.

В «домашней» теме Л. Григорович преимущественно обращается к отношениям с двумя дочерями, одна из которых еще школьница, а вторая – уже совершеннолетняя. Для дочерей героиня является проводницей в сложный женский мир, где центральное место занимают проблемы выбора будущего супруга и реализация культурных потребностей. Известная исследовательница советской повседневности Н. Козлова отмечает, что конструирование женской роли опирается на разделение труда в домашнем хозяйстве и организующую, цивилизующую функцию в семье:

> Домашние работы четко делятся на мужские и женские. У мужчин – ремонт, у женщин – дети, кухня, огород, святая обязанность стирки. Женщина – генератор порядка, носитель цивилизационных умиротворяющих правил [Козлова, 2005. С. 309-312].

Л. Григорович не слишком отступает от этих канонов. Прежде всего, она констатирует ключевое место женщины в организации семейной жизни: «*Я вот Гальке говорю, что, по-моему, неофициально, негласно существует матриархат. Надо воспитывать не только детей, но и мужа. Надо подготовить выходной день – он же не будет думать, куда пойти, что взять с собой. Приготовить все, обсудить. В общем как женщина жизнь организует – так и будет*».

В основании духовных запросов героини лежит представление о высоком «классическом» вкусе как единственно верном – эта иерархия вкуса была взращена сталинским социалистическим реализмом, противопоставившем классику буржуазному модернизму и форма-

лизму – динамика Культуры 1 подавлена застыванием Культуры 2 [Паперный, 1996]. Вероятно, классические жанры оперы и балета, столь любимые героиней, служат ценностными ориентирами в искусстве и для ее дочерей: «*Очень любим оперу, балет, музыку. Я в афишах увидела – органный вечер будет. Я все афиши прочитываю. Сижу и рассчитываю, когда у Галки будет свободный вечер, когда у меня*». Скромность, проявляющаяся в отсутствии косметики, также рассматривается героиней в числе важных добродетелей советской женщины: «*У меня Галка не красится, не мажется – мое влияние. Между прочим, не любит ни духов, ни одеколонов – чтоб ничем не пахло. Как от чистой посуды*». И хотя нарратив содержит указание на передачу материнского опыта общения с мужчинами своим дочерям, зритель остается в неведении относительно семейного положения Л. Григорович – замужем ли она, разведена? Если замужем, то чем занимается ее муж? Эта фигура умолчания наводит на мысль о преобладании женского мира в доме героини. В целом, аудиоряд дает вполне объемное представление о жизненном мире главной героини, состоящем из подуниверсумов работы, семьи и духовной жизни.

* * *

Фильм «Трамвай идет по городу», пожалуй, не дает повода для поэтизации советского прошлого. Конечно, элегический настрой поддерживается посредством монтажа и размытых планов Ленинграда, снятых сквозь стекло движущегося трамвая, а также фоновая музыка, напоминающая легкую джазовую композицию в стиле cool. Однако, как только мы вглядываемся в лица пассажиров, то отмечаем пустые взгляды мужчин среднего возраста, которые Венечка Ерофеев так хорошо описал в своей книге «Москва-Петушки» [1], видим старух почти хармсовского розлива, где-то интеллигентных, а где-то одиноких и запущенных, и, пожалуй, только молодые люди могут внушить нам оптимизм, хотя он никоим образом не связан с возможностью построения коммунизма, а скорее, с тем, что тихие мещанские радости потребления иностранных товаров, в конце концов, одолеют страну реального социализма. Поэтому я отмечаю в руке молодой девушки дефицитный пластиковый пакет с англий-

[1] «Публика посмотрела на меня почти безучастно, круглыми и как будто ничем не занятыми глазами... Мне нравится, что у народа моей страны глаза такие пустые и выпуклые... Они постоянно навыкате, но – никакого напряжения в них. Полное отсутствие всякого смысла – но зато какая мощь! (Какая духовная мощь!) Эти глаза не продадут. Ничего не продадут и ничего не купят. Что бы ни случилось с моей страной. Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий, в годину любых испытаний и бедствий – эти глаза не сморгнут. Им все божья роса...» [Ерофеев, 1999].

ской надписью, журнал мод у другой, хипповский значок у молодого человека и это кокетство у многих и многих юных пассажирок. Но также мы видим столь же усталые лица девушек, одетых в нелепые куртки советского производства и шерстяные платки. Так, снимая кожуру с луковицы исторической памяти, мы открываем для себя не только время, зафиксированное камерой, но в большей степени наше воображаемое представление об утраченной эпохе.

Список источников.

Аронсон О. Советский фильм: неродившееся кино // Искусство кино. 1996. № 4. С. 144-147.

Барт Р. Camera lucida. М.: Ad marginem. 1997.

Белинский В. Вступление / Физиология Петербурга. М.: Советская Россия, 1984.

Бойм С. Конец ностальгии? Искусство и культурная память конца века: случай Ильи Кабакова // Новое литературное обозрение. 1999. № 39. С. 90-100.

Вирильо П. Машина зрения. СПб.: Наука.

Ганшина А. Упавший лист. Заметки на полях идеологической и временной географии ЛСДФ // Киноведческие записки. 2005. № 63 // http://www.kinozapiski.ru/article/183/.

Ерофеев В. Москва-Петушки. Поэма. М.: Вагриус, 1999.

Запорожец О., Лавринец Е. Настройка оптики городских исследований: потерянные вещи // Визуальные аспекты культуры – 2007 / Под ред. В.Л. Круткина, Т.А. Власовой. Ижевск: УдмГУ, 2007. С. 24-45.

Коетцы Ян. Жизнь на периферии: потребность в промежуточных шагах на пути радикальной трансформации общества // ИНТЕР. 2002. № 1. С. 25-30.

Козлова Н. Советские люди: Сцены из истории. М.: Европа, 2005.

Конец прекрасной эпохи: Постскриптум: Каталог выставки / Под ред. Дмитрия Пиликина и Дмитрия Виленского. СПб.: Фонд «Свободная Культура», 1995.

Линч К. Образ города. М.: Стройиздат, 1982.

Михайлов Б. Лекция (фрагмент) // Синий диван / Под ред. Е. Петровской, № 6. М.: Три квадрата, 2005. Интернет-ресурс: http://sinijdivan.narod.ru/sdcontents.htm.

Надкарни М., Шевченко О. Политика ностальгии: сравнительный анализ постсоциалистических практик // Ab Imperio. 2004. № 2 // http://abimperio.net/.

Паперный В. Культура Два. М.: НЛО, 1996.

Пенза: Иллюстрированный альбом. М.: Планета, 1974.

Полушко В. Кинолента жизни // Утро Петербурга. № 521. 2007-11-21.

Самутина Н.В. Идеология ностальгии: проблема прошлого в современном европейском кино. Препринт WP6/2007/01. М.: ГУ – ВШЭ, 2007.

Сурская новь: Иллюстрированный альбом. М.: Советская Россия, 1986.

Тынянов Ю.Н. О сюжете и фабуле в кино// Ю.Н. Тынянов. Поэтика: История литературы: Кино. М.: Наука, 1977. С. 326-340.

Усманова А. Повторение и различие, или «Еще раз про любовь» в советском и постсоветском кинематографе // Новое литературное обозрение. 2004. № 69. С. 179-212.

Усманова А. Советская визуальная культура как объект антропологического исследования // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность. Саратов: Научная книга, 2007. С. 18-28.

Хиллер Б. Стиль XX века. М.: Слово, 2004.

Шацкий Е. Утопия и традиция. М.: Прогресс, 1990.

Штомпка П. Введение в визуальную социологию // INTER (Интеракция, интервью, интерпретация). 2007. № 4. С. 6-12.

Юрчак А. Поздний социализм и последнее советское поколение // Неприкосновенный запас. 2007. № 2 (52) // http://magazines.russ.ru/nz/2007/2/ur7.html.

Alex Dragon. Рецензия на фильм «Трамвай идет по городу», 29.10.2007 // http://redar.ru/2007/10/29/print:page,1,tramvajj_idjot_po_gorodu.htm.

Nickols B. The fact of Realism and the Fiction of Objectivity // Representing Reality. Issues and Concepts in Documentary. Bloomington: Indiana University Press, 1991. P. 166-187.

«Добро пожаловать в Город Обмана»: репрезентация Санкт-Петербурга в фильме А. Учителя «Прогулка»

Анастасия Кинчарова

Отправным пунктом исследования, представленного в данном эссе, является когнитивный диссонанс, переживаемый автором. Источником этого диссонанса выступило осознаваемое мной противоречие между: а) идеей, культивируемой СМИ и регулярно высказываемой окружающими в повседневном общении, о том, что Санкт-Петербург – город для России особенный, глубоко отличный по своей «культурной природе» от всех других городов нашей страны, и б) наблюдаемыми процессами, которые происходят сегодня в этом городе (точнее было бы сказать: с городом), которые как будто имеют своей целью нивелирование этой предполагаемой особости.

Специфическую культурную сущность Петербурга в терминологии культурологических, литературоведческих исследований, в традиции cultural studies передает концепт «петербургский миф». Этот концепт относится ко всей совокупности представлений о городе, существующих в культуре – как в художественной, так и в обыденных представлениях жителей самого Петербурга и остальной России. К. Жуков следующим образом объясняет содержание данного понятия и место в культуре обозначаемого им феномена:

> Представая в каждую из эпох своего существования в том или ином варианте, петербургский миф являлся своеобразным выражением общественной рефлексии. Мифологический образ города был по сути слепком самовосприятия петербургского общества.
>
> <…>. К исходу XX столетия петербургский миф предстает как целая россыпь различных вариантов «философии города», выработанных той или иной исторической эпохой [Жуков, 1999].

Петербургский миф, являя собой наслоение множества пластов представлений о городе, часто оказывается способен предложить противоположные суждения об одном и том же аспекте образа Петербурга: город оказывается и дьявольским, и божественным; и блистательным, и казенным; и пролетарским, и интеллигентным; и имперской столицей, и центром демократии; и противоестественным, и воплощающим высшую гармонию; он – и «культурная», и «криминальная столица России» [О большинстве перечисленных противоречий в представлениях о Петербурге см., напр.: Жуков, 1999]. Здесь петербургский миф играет роль своего рода точки отсчета для формулировки исследовательского вопроса: какой вклад вносят репрезентации Санкт-Петербурга в фильме А. Учителя «Прогулка» (2003 год, киностудия «РОК») в воспроизводство, устранение или изменение представлений о Петербурге, существующих в настоящее время в российской культуре? Иными словами, насколько в фильме воспроизводится петербургский миф? Наконец, что происходит с петербургским мифом в современной российской культуре на примере одного кинофильма как факта этой культуры?

Художественный фильм как текст о городе: методологические принципы анализа

Художественный фильм, вслед за Альмирой Усмановой, я понимаю как культурный текст, «фиксирующий и репрезентирующий историческое воображаемое своей эпохи» [Усманова, 2004]. В своем мини-исследовании я пытаюсь «прочитать» и перевести на язык понятий этот аудиовизуальный текст, в данном случае – текст о современном Петербурге, его социокультурной сущности. Анализ фильма будет продуктивным с точки зрения задач моего исследования на основе следующих идей:

Во-первых, определение фильма как культурного текста предполагает, что этот визуальный текст не является простым «зеркалом» той эпохи, реальности, которая становится объектом изображения, но представляет собой более или менее автономную смысловую реальность, самостоятельный текст культуры. Необходимо преодолеть со-

блазн интерпретировать визуальную репрезентацию буквально или как иллюстрацию к текстуальному содержанию [Усманова, 2004].

Во-вторых, в визуальном тексте может содержаться и содержится нечто гораздо большее и / или нечто принципиально иное по сравнению с тем, что предполагали вложить в него авторы, по сравнению с тем, что предполагается сюжетом. Одним из методических следствий этого является необходимость дистанцироваться от высказываний о фильме его режиссера и других авторов при анализе фильма.

В-третьих, говоря о смысловой структуре визуального текста, можно выделить два его содержательных слоя: «очевидный», «поверхностный», который выражается в фильме прежде всего вербально, и «неочевидный», «глубинный», который реализует себя через образы. Для исследования более значим слой «неочевидного» – подразумеваемого автором и воспринимаемого зрителем, но подразумеваемого и воспринимаемого не вполне осознанно в силу того, что «это и так понятно», того, что эти непроговариваемые обстоятельства являются общим местом в той культурной ситуации, в которой снимается фильм. Поэтому именно слой «неочевидного», «неявного» в большей степени содержит информацию о социокультурном контексте создания фильма, то есть информацию, больше всего интересующую социального исследователя. Одной из задач анализа фильма, таким образом, становится «превращение невидимого в видимое» [Kuhn, 1994. P. 71. Цит по: Ярская-Смирнова, 2001б, см. также: Ярская-Смирнова, 2001а], которое предполагает также анализ того, что в фильме «опущено», не представлено (хотя могло бы быть представлено).

В-четвертых, в качестве «невидимого» в визуальном тексте выражает себя то, что можно назвать «Zeitgeist» – дух эпохи или, по крайней мере, проявления этого духа в отдельных сферах жизни.

Кинематограф участвует в историческом семиозисе, визуализируя и репрезентируя то, что с трудом поддается или же сопротивляется описанию в терминах вербального языка, – идеалы, желания, разочарования, чувство патриотизма или социального пессимизма; иначе говоря, он позволяет прикоснуться к историческому воображаемому данного общества, к тому, что оно о самом себе думает или как оно себя представляет [Усманова, 2004]. При этом ценное содержание, свидетельствующее об эпохе, можно обнаружить в любом как выдающемся, так и «проходном» фильме.

Наконец, в-пятых, для осуществления анализа необходимо знать социокультурный контекст, в котором был снят фильм, и правила представления визуального в ту эпоху.

Резюмируя эти методологические принципы, подчеркну, что, во-первых, рассматриваю кинофильм как самостоятельный текст, со-

держащий специфическую интерпретацию реальности города Санкт-Петербурга, но не являющийся ее прямым отражением, во-вторых, в основном мое внимание направлено на неявные особенности изображения Санкт-Петербурга в фильме.

Фильм «Прогулка», снятый по сценарию Авдотьи Смирновой, с Ириной Пеговой, Павлом Баршаком, Евгением Цыгановым и Евгением Гришковцом в главных ролях, принимал участие в кинофестивалях («второго эшелона») в Варшаве, Сан-Франциско, Каире, Лондоне, Чикаго, Милл-Вэйле, Роттердаме и получил на них несколько наград, в том числе главные призы.

Общий сюжет фильма – знакомство девушки и двух молодых людей и прогулка по летнему Петербургу, продолжающаяся несколько часов, в течение которых разворачиваются отношения героев. Какой же Петербург мы, как зрители, видим в фильме «Прогулка»; насколько представленный в фильме город воспроизводит или опровергает образ, существовавший в российской культуре до появления этого фильма?

Объекты-маркеры Петербурга: персонажи или декорации?

Одно из первых впечатлений, возникающих при просмотре фильма, – обильное присутствие города, городского пространства, городских объектов в кадре; причем показаны преимущественно «фирменные» петербургские места и сооружения: Невский проспект, Гостиный двор, Казанский собор…

Это позволяет предположить, что помещение действия фильма в пространство именно Петербурга с некоторой вероятностью может быть значимо с точки зрения развития действия фильма. В данном контексте имеет смысл постановка вопроса в духе Actor-Network Theory: как участвуют в действии фильма не-человеческие персонажи (отдельные городские локусы и объекты, город в целом), как они взаимодействуют с людьми? Но, прежде всего, являются ли они именно персонажами, то есть действующими лицами, или играют роль «мертвых» декораций?

Первый вопрос, который я рассматриваю в рамках анализа репрезентации Петербурга в фильме «Прогулка»: какие городские локусы и объекты появляются в кадре, как они предъявляются зрителю и каково, в итоге, значение этих изображений в фильме.

Маршрут движения героев фильма начинается с Невского проспекта недалеко от Аничкова моста, герои проходят Невский до Дворцовой площади, спускаясь в подземный переход у Гостиного двора, останавливаясь у канала Грибоедова (с одной стороны – Ка-

занский собор, с другой – Спас на крови); затем заходят в Александровский сад, к Медному всаднику, на Исаакиевскую площадь и поднимаются на колоннаду Исаакиевского собора, затем попадают на Васильевский остров, проходят по Тучкову переулку и Тучкову мосту мимо стадиона «Петровский» и далее по Большому проспекту Петроградской стороны и улице Зверинской. Маршрут заканчивается на набережной – по всей видимости, на Кронверкской набережной.

Перечисленные локусы и объекты городского пространства Петербурга, появляясь в кадре, легко идентифицируются: некоторые в силу «растиражированности» в качестве образов Петербурга в рекламе, туристической продукции, некоторые – потому что в кадр попадают таблички с названиями улиц, звучат названия мест, где находятся герои.

Казанский и Исаакиевский соборы, Храм Спаса на крови, Медный всадник, Дворцовая площадь, Эрмитаж и другие символы Петербурга потенциально «тянут за собой» мощный пласт ассоциаций из истории города и российского государства в целом, из сферы художественной культуры. Однако, что означает появление этих мест, объектов городского пространства в контексте данного фильма?

«Всматривание» в эпизоды, где появляются эти объекты, позволяет увидеть, что данный фильм не приписывает им таких культурных смыслов, которые бы связывали события фильма с городом, в котором они разворачиваются. Они показаны так, что зритель видит их только как впечатляющие архитектурные и скульптурные сооружения, но не получает информации об их символической значимости; они выступают как элементы обстановки, окружающей героев, но не привносят дополнительных смыслов в их отношения друг с другом и с городом. В частности, Казанский собор и Спас на крови возникают как декорации – на заднем плане (*Ил. 1*), Исаакиевский собор и его колоннада, «пробежка» вверх и вниз – один из этапов прогулки, испытание на выносливость. Внимательный разбор взаимодействий героев с указанными объектами городского пространства показывает, что герои не «состоят» в каких-либо особых «отношениях» с этими объектами. Герои даже не рассматривают город, они находятся в нем как в естественной «среде обитания» («как рыба в воде»), для них он – нечто само собой разумеющееся, на что не обращают большого внимания. «Достопримечательности» Петербурга для них – элемент повседневности: Медный всадник – это место, куда приезжают новобрачные, чтобы сфотографироваться, а герои мимоходом глазеют на них, на канале Грибоедова около Казанского собора и Спаса на крови герой покупает железнодорожные билеты.



Ил. 1. Архитектурные сооружения, являющиеся знаками Петербурга, выступают в фильме как декорации, в которых развивается сюжет.

Символический капитал этих объектов не используется, не упоминается в фильме. Места и объекты не означают ничего, кроме впечатляющих зрелищ или (в случае Исаакиевского собора) высокого сооружения, на которое весело взобраться. Таким образом, символическая «подкладка» знаменитых зданий и локусов не затрагивается в смысловой конструкции фильма, она оставляется авторами за ее рамками, отсутствуют указания и даже намеки на специфичность символической ткани города. Без преувеличения можно сказать, что вместо Петербурга в «Прогулке» вполне можно представить себе Москву, если заменить Казанский собор, например, Кремлем.

«Не похожий на себя»: отмена петербургского мифа?

Созданный в фильме образ Петербурга контрастирует с большинством образов этого города, существующих в литературе и кино, в то же время он органично выглядит в контексте сюжета и общей стилистики данного фильма. Петербург показан как шумный, многолюдный город с интенсивным уличным движением, множеством рекламы, находящийся в состоянии масштабного ремонта (фильм вышел в прокат в 2003 году, он снимался в период, когда Петербург готовился к празднованию 300-летия) (*Ил. 2*). Действие происходит летом, в солнечную, теплую погоду, в выходной день. Можно сказать, что Петербург в «Прогулке» изображен с точностью до наоборот в сравнении с «традиционным» образом этого города в художественной культуре.

> В отличие от холодного, отдающего болотным смрадом, вечно погруженного то ли в туман, то ли полусумрак Петербурга Достоевского <…>, абсолютно все здесь – Невский, соборы, арки и каналы, воздух, сама атмосфера – пропитано какой-то редкой солнечной энергией, не отчужденной, а живой, отменной красотой, исполнено искренней любовью [Дубинский, 2003].



Ил. 2. Пример «вставной сцены». Каждая из них свидетельствует о том, что все происходящее имеет место именно в Петербурге, подчеркивает и сразу «развенчивает» одну из специфических черт города.

Отношение образа Петербурга в «Прогулке» к «традиционному» образу этого города, воспроизводимому петербургским мифом, очень хорошо проясняют «вставные» сцены (*Ил. 2–3*), в которых участвуют не только и не столько главные герои, сколько другие персонажи, которых герои встречают по пути (или которые участвуют в тех же событиях, что и главные герои). Таких сцен шесть.

Присутствие этих сцен является как будто некоторой компенсацией отсутствия элементов петербургского символизма в фильме. Каждая из этих сцен подчеркивает одну из специфических черт города, и таким образом свидетельствует о том, что все происходящее имеет место именно в Петербурге: исторический статус столицы, построенной Петром Первым; один из главных российских туристических центров; образ «города на болотах»; Исаакиевский собор и его колоннада как один из символов Петербурга; противостояние между Петербургом и Москвой и в то же время притяжение Москвой части петербуржцев; футбол и футбольная команда «Зенит» как один из фетишей Петербурга. Однако оказывается, что в этих сценах под-

черкнуто обозначаются и тут же *«развенчиваются» элементы петербургского мифа*, которые можно назвать его краеугольными камнями. Они очищаются от мистического покрова или ауры величия и предъявляются как вполне заурядные обстоятельства повседневной жизни, которые интригуют и привлекают, пожалуй, только туристов.

Вместо «отмененных» фильмом канонических «торжественных», «исторических» специфик Петербурга в фильме показаны (хотя и несколько скупо) специфики повседневные. Аутентичным проявлением петербургской повседневности является, в частности, пиво «Степан Разин», которое пьют герои – вывеска с изображением этой марки около входа в магазинчик видна очень хорошо. Режиссер и оператор как будто специально подчеркивают наличие в тексте фильма этого петербургского бренда. Проход героев в толпе футбольных фанатов петербургской команды «Зенит» также, по-видимому, призван подчеркнуть «петербургскость» происходящего, как и то, что герои употребляют сленговые топонимы исторической части Петербурга («Грибанал», «Васька»).

В результате «разоблачения» «старых» аспектов образа Петербурга – загадочных и торжественных – и введения «новых» – понятных и повседневных, – город в фильме оказывается как бы расколдованным, лишенным своеобразного флера, которым его старательно наделяли писатели, художники, режиссеры и представления о котором присутствуют в обыденном сознании его жителей, поддерживающих существование городских легенд. Он представлен простым и понятным, без тени мистицизма, почти без следов специфического петербургского мифа. Однако если «Прогулка» отрицает петербургский миф, то какими положительными особенностями можно охарактеризовать образ города в фильме?

«Новый образ Петербурга»: простор и динамика

Почти все действие фильма разворачивается на улицах и площадях Петербурга, в открытом пространстве города, и только непосредственно перед развязкой герои оказываются в помещении. Более того, улицы и площади почти на всем протяжении фильма оказываются просторными, широкими (Невский проспект, Дворцовая площадь, Исаакиевская площадь). Городские пространства относительно замкнутые, небольшой площади появляются начиная с середины фильма – со сцены погони за цыганками, обворовавшими героев в трамвае, когда герои бегут через проходные дворы старых кварталов. Можно отметить, что пространство действия несколько сужается по мере продвижения от начала к финалу.

Для сцен первой половины фильма фоном является Невский проспект. Съемка на фоне главной улицы города, с многочисленными пешеходами и автомобилями, дает представление о Петербурге как о городе с интенсивным уличным движением, плотными потоками людей, динамичной жизнью. Изображение движения героев на движущемся фоне удваивает динамизм картины, движущийся фон создает впечатление особенной интенсивности происходящего и с героями, и с городом, который их окружает. Еще более усиливает эффект динамики всего происходящего манера съемки – в стиле «Догмы 95», ручной камерой, которая дрожит, изображение смазывается; героев снимают с противоположной стороны улицы, объектив приближается к их лицам, отдаляется, «забегает вперед», «отстает». Много съемки через стекло – через стекла автомобиля, оказавшегося между героями и камерой, через стекло кафе и магазинов на Невском проспекте, когда оператор оказывается внутри, а герои снаружи, и наоборот, через сетку, закрывающую реставрируемые здания. Оператор как будто притворяется прохожим, следующим за героями, а точнее – разными прохожими, которые могли бы видеть героев в разные моменты прогулки. Помимо главных героев, в кадре фиксируется «поток жизни», в котором герои являются одними из множества «частиц», движущихся в одном направлении или навстречу друг другу. Все перечисленные приемы съемки обеспечивают зрителю впечатление гиперинтенсивности жизни большого города, непрекращающегося движения, атмосферы мощного «плавильного котла», где в одном пространстве живут и действуют совершенно разные в социальном и культурном планах люди.

Приватность в публичном пространстве

Герои, будучи погруженными в поток городской жизни, участвуя в броуновском движении города, находятся в ситуации «уединения в толпе», описанной Маршаллом Берманом в отношении Парижа XIX века и его архитектурной организации, которая и сделала возможным этот тип социальных отношений:

> Берман говорит о способе, посредством которого бульвары и кафе создали новый тип пространства, особенно такого пространства, где влюбленные могли быть «наедине на публике» (‘private in public’), в интимной «совместности» (intimately together), не будучи физически одни [Berman, 1983. P. 159. Цит. по: Urry, 2002. P. 126].

Герои фильма «Прогулка» находятся именно в этой ситуации уединения толпе: они по-настоящему заняты только самими собой и друг другом, однако когда люди, оказавшиеся в одном пространстве с

героями, сами оказываются увлекательным зрелищем, герои разглядывают их (сцена у Медного всадника с новобрачными):

> Уединение в центре этой опасности и хаоса порождало совершенную романтическую обстановку времени модерна; и миллионы приезжих пытались пережить, воспроизвести (re-experience) именно эту особенность ситуации среди бульваров и кафе Парижа.
>
> Этот романтический опыт мог ощущаться особенно интенсивно будучи переживаемым перед бесконечной чередой незнакомцев, проходящих по бульвару в ту и другую сторону – это были незнакомцы, которых они (влюбленные) рассматривали и которые, в свою очередь, рассматривали их [Urry, 2002. P. 126].

Герои не слишком заботятся о том, чтобы не мешать окружающим и не шокировать их – Ольга постоянно задевает прохожих на Невском проспекте, Алексей выбегает на проезжую часть, шутливо шантажируя Ольгу. К этому располагает ситуация анонимности, в которой оказывается каждый житель Петербурга и вообще любого крупного города, особенно находясь в центре города, где почти все – «приезжие» (туристы или жители других районов, приехавшие в центр провести свободное время). В целом поведение героев несколько провокационно (например, они пробегают на колоннаду Исаакиевского собора без билетов), когда они «выносят» приватное в публичное пространство: Алексей целует Ольгу во время их прохода по Невскому проспекту, озадачивает милиционера в подземном переходе у Гостиного двора вопросом, верит ли тот в любовь с первого взгляда, кричит на Дворцовой площади «Я люблю Ольгу Малахову!». Хотя эти элементы поведения откровенно и сознательно демонстративны и являются нарушением социальных норм, возможными их делает именно ситуация анонимности в большом городе, которая ослабляет действие норм, принуждающих «вести себя прилично».

Город-зрелище

В «Прогулке» Петербург изображается как город, привлекающий туристов, полный «достопримечательностей» (то есть объектов, притягивающих «взгляд туриста»), работающий на индустрию туризма. На протяжении большей части фильма туристы присутствуют в кадре: это туристические группы с экскурсоводом, отдельные туристы с фотоаппаратами, туристические автобусы, круизные теплоходы.

Поскольку турист потребляет прежде всего визуальные образы, Петербург оказывается городом-зрелищем, и в этом смысле он подобен Парижу в описании Маршалла Бермана [Berman, 1983]. Петербург характеризуется такими же качествами зрелищности, как Париж, в силу похожего устройства: длинные широкие проспекты,

впечатляющая архитектура делают его действительно городом для разглядывания (*Ил. 3*). Благодаря такой организации оба города являются «исключительно соблазнительным зрелищем, визуальным и чувственным наслаждением» [Berman, 1983. P. 151. Цит. по: Urry, 2002. P. 125]. Еще более очевидным проявление города как источника визуального и телесного удовольствия становится благодаря превращению его в пространство потребления, когда «бульвары стали не просто местом пешеходных прогулок, бульвары стали витриной» [Харви, 2007], привлекающей взгляды, что применимо к Петербургу, как и к Парижу.



Ил. 3. Широкие открытые пространства пропускают взгляд на большие расстояния, задавая возможные направления длительных прогулок, во время которых гуляющих влекут все новые объекты, открывающиеся глазу.

Объекты особенной «зрелищности» вошли в семантическую структуру того, что обозначается как «Париж», стали «знаками сущности, называемой «Париж»» [Urry, 2002. P. 125]. Точно так же Казанский и Исаакиевский соборы, Петропавловская крепость, стрелка Васильевского острова воспринимаются однозначно как знак сущности, называемой «Петербург».

В то же время, являясь зрелищем, город, бывший когда-то целостным текстом, теперь (в модерне) перестал им быть, будучи лишен или потеряв специфический комплекс практик, присущих данному городу, точнее, составлявших ядро его уникальности. Анри Лефевр и Мишель де Серто [Де Серто, 2005. С. 86] скорбят об исчезновении традиционного города как живой целостности и превращении его в «документ или выставку или музей», объект культурного потребления

«для туристов, для эстетизма, жадного до зрелищ и живописности» [Lefebvre, 2002. P. 368].

Хотя в фильме «Прогулка» показаны знаковые для Петербурга архитектурные объекты, за присутствием в кадре этих объектов не обнаруживается специфически петербургских смыслов – они представлены именно в качестве «достопримечательностей» – объекта «взгляда туриста» (и это как будто придает городу ценность и значимость в ряду крупных европейских городов).

Идеи, возникшие у цитируемых авторов применительно к французским городам, прежде всего Парижу, полностью применимы к Петербургу, показанному в «Прогулке»: отказавшись от воспроизводства существующего в культуре (прежде всего художественной) петербургского мифа, авторы показали город как привлекательную картинку, место, где хочется оказаться. По мнению одного из авторов рецензий на фильм, он является почти «рекламным буклетом» города для прогулок.

Город для досуга, или Что осталось за кадром

Анализируя репрезентации города в фильме, невозможно не упомянуть те «лица» города, которые существуют и постоянно проявляют себя в городской повседневности, однако в фильме не показаны. Умолчание о них информативно – оно «работает» на создание определенного представления о городе, отсекая «лишнее»:

> [В кино] мир объекта оказывается поделенным на видимую и невидимую сферы, и как только глаз кинообъектива обращается к чему-либо, сейчас же возникает вопрос не только о том, что он видит, но и о том, что для него не существует. Вопрос о структуре заэкранного мира окажется для кино очень существенным [Лотман, 1973. С. 31].

В «Прогулке» не показаны новые, спальные районы Петербурга, застроенные типовыми жилыми домами, не попадают в кадр такие виды транспорта, как, например, метро и маршрутные такси, являющиеся неотъемлемой частью повседневности горожан. Герои перемещаются только в трамвае, причем этот переезд носит развлекательный характер («прокатиться на трамвае»), а не имеет прагматической цели добраться в нужное место. Стоит отметить, что трамвай в фильме оказывается весьма романтическим видом транспорта в том числе и в силу некоторой своей архаичности для современного Петербурга.

Почти полностью за кадром остаются работа / учеба, домашние обязанности, быт, семьи героев фильма. Можно только догадываться, как выглядят их будни. Из фильма становится понятно только то, что

Алексей и Петр работают, что у Алексея есть мама, и он должен был что-то для нее сделать, чего не сделал, поскольку провел этот день с Ольгой и Петром. Так авторы фильма обеспечивают «замкнутость» ситуации, в которой оказываются герои, они не пропускают «посторонние», «внешние» отношения, не дают будничному прорваться в сюжет. Мотив досуга, праздника проявляется также и в том, что действие происходит в выходной день (об этом свидетельствует, например, праздничный концерт на Исаакиевской площади и многочисленные свадебные «делегации» у Медного всадника).

Пространственные и временные рамки «Прогулки» оставляют за кадром все повседневные дела и отношения, которые составляют жизненный мир героев фильма. Петербург предстает как город для досуга, на что указывает, собственно, само название фильма.

Ремонт – метафора трансформации

Тотальный ремонт, в который погружен Петербург в «Прогулке», как будто обстоятельство не случайное – он наводит на мысль о быстром и радикальном изменении города, когда за изменением внешнего вида (даже если речь идет только о ремонте исторических зданий) происходит и изменение его «духа». Если воспринимать ремонт как метафору, можно заключить, что Петербург, показанный в фильме, – в процессе глобальной перестройки, и она, по всей видимости, касается и символической ткани города. В «Прогулке» (и вряд ли это случайно) показан «Петербург в состоянии трансформации». Таким образом, можно отчасти согласиться с тем, что в этом фильме показан «Петербург, которого мы еще не видели».

> Теперь о Питере. Он в фильме почти что уникальный. Может, Учитель и готовился приурочить ленту к юбилею (хотя в своих интервью он это отрицал), культурная столица вовсе не выглядит той нарядно-праздничной, какую, по официальным меркам, и принято представлять в фильмах-чествованиях. А «Прогулка» если и чествование, то явно преждевременное. Питер здесь сплошь в состоянии какой-то, по ощущениям, перманентной реставрации, и леса вдоль дорог сопровождают едва ли не каждый кадр [Дубинский, 2003].

Здесь можно вновь вспомнить Мишеля де Серто [Де Серто, 2005. С. 86] и Анри Лефевра [Lefebvre, 2002. P. 368] с их ностальгией по традиционному городу и прийти к выводу, что Петербург после ремонта, видимо, будет в большей степени приспособлен для нужд и потребностей местных жителей и туристов, будет больше соответствовать роли города-зрелища и города для отдыха, досуга. Петербург перестанет быть городом-фантомом, городом, хранящим зловещие

тайны, он станет, как кажется, понятным, «прозрачным» и удобным, открытым и демократичным.

Итак, «внешний вид» Петербурга в «Прогулке» свидетельствует о его понятности, прагматизме, удобстве и зрелищности – это город-развлекательный центр, место отдыха и потребления культуры. Вместе с тем нечто в фильме вызывает сомнения в столь линейной интерпретации, а именно – герои, их взаимоотношения, а через них – и взаимоотношения городских пространств.

«Обманутая обманщица»

Предыдущие размышления касались в основном особенностей репрезентации города, которые видимы в фильме независимо от отношений героев друг с другом и с городскими пространствами. Взаимоотношения героев привносят дополнительные смыслы в конструируемый образ города.

> Конвенции традиционного фильма фокусируют внимание на созерцании человеческих фигур. Масштаб, пространство, повествования – все это антропоморфно [Малви, 2000. С. 290].

Эти конвенции действительны и для «Прогулки», ими обусловлена значимость анализа отношений героев фильма друг с другом и с городом.

Если не считать эпизоды, в фильме всего четыре героя – Ольга, Алеша, Петр и Всеволод, однако, их взаимоотношения позволяют сделать ряд выводов, в том числе и о природе города, в котором они живут. Обратимся сначала к рассмотрению мужских персонажей.

Как говорилось выше, Петербург показан в фильме как город, скорее, для отдыха, досуга, «блаженного ничегонеделания», чем для труда, и все основные герои проводят показываемый в фильме день в занятиях досуговых. При этом места этих занятий различны, в том числе и по своим социальным характеристикам – Алеша и Петр гуляют по улицам Петербурга, Всеволод проводит время в боулинг-клубе или ездит по городу в своем автомобиле. Пространства, освоенные Алешей и Петром, – открытые (улицы), а Всеволодом – замкнутые, закрытые, изолированные от мира улицы (автомобиль, клуб). Обнаруживается некая сегрегация персонажей фильма как пространственная, так и социальная, – зрителю понятно, что Всеволод располагает значительно большими материальными возможностями, чем Петр и Алеша (запальчиво обещающий спутникам «купить тачку», чем вызывает насмешку Петра); его образ жизни отличается от их образа жизни (оценивая вид Ольги в новом наряде, он говорит: «На приеме будешь самая главная»); его манера общения отличается от их манеры общения (некоторой нарочитой фамильярностью). Таким

образом, мужские персонажи фильма разделены социально и пространственно, и каждый чувствует себя «не в своей тарелке» в чужом пространстве – Всеволод перемещается по городу исключительно в автомобиле, а Алеша и Петр удивленно и несколько настороженно оглядываются, когда оказываются в боулинг-клубе («Зачем ты нас сюда привела, Малахова?»). В этом эпизоде возникает образ Петербурга как города иерархически организованного или, скорее, – города, в котором сосуществуют разные типы пространств, мало или совершенно не связанные между собой, являющиеся «отдельными мирами» (какими были и остались в литературе, например, «парадный Петербург» и «трущобный Петербург»).

Ольга – единственная женщина среди главных героев, является ключевым персонажем, источником и центром интриги и в конечном счете всего фильма. Ольга – тот персонаж, характер которого критически важен для понимания характера Петербурга, представленного в «Прогулке».

Ольга показана в фильме как трикстер. Одной из характерных черт трикстера является его / ее принадлежность одновременно двум (или даже более) мирам, и Ольга принадлежит двум мирам – миру «элитных» развлекательных мест («Из машины – в бар, из бара – в кафе, из кафе – снова в машину» – говорит о ее образе жизни Всеволод), светских приемов, и миру питерских улиц. Она переходит из одного мира в другой без напряжения; в фильме видно, что она остается раскованной и чувствует себя комфортно и на улицах Петербурга, и в боулинг-клубе – об этом свидетельствуют ее телесные взаимодействия с окружающими предметами и людьми: на улицах она время от времени сталкивается с прохожими, нимало не смущаясь, опирается рукой о ступеньку, поднимаясь на колоннаду Исаакиевского собора, а в клубе немедленно укладывается на диван, положив ноги на подлокотник. И персонажи обоих пространств в равной степени восхищены ей (о чем, например, ясно свидетельствует сцена разговора Алеши, Петра и Всеволода).

Ольга чувствует себя одинаково комфортно в разных типах физического / социального пространства, которые для «нормальных» людей четко разделены. Примечательно при этом то, что Ольга, по всей видимости, не «настоящая» петербурженка («Я ее три года знаю, я ее в Усть-Луге нашел» – говорит Всеволод), и это подкрепляет ее статус маргинала, каковым всегда является трикстер.

Почему важен персонаж Ольги для понимания природы Петербурга, каким он предстает в фильме «Прогулка»? На мой взгляд, она, будучи тем, кто инициирует интригу и задает направление на прогулке (это видно в фильме), является «главной» в фильме, а другие герои фактически следуют за ней. Для Алеши и Петра город становится ла-

биринтом, по которому их ведет спутница, которая одна лишь знает цель прогулки.

Вообще, у прогулки нет никакой пространственно определенной цели, предполагаемого конечного пункта; целью прогулки для Алеши и Петра является, как можно предположить, сама прогулка в обществе Ольги, а целью девушки является удержание молодых людей рядом с собой в течение нужного количества времени и предъявление их Всеволоду в качестве свидетелей того, что она выдержала условия спора.

Поскольку отсутствует пространственно определенная цель движения, нет логики и в маршруте передвижения героев в том смысле, что их путь не является последовательной цепочкой пунктов, куда необходимо попасть. Они идут «куда глаза глядят», а точнее, куда «глаз ляжет», то есть по местам, приятным на вид, в которых приятно находиться. В результате их движение, несмотря на весь свой динамизм, обеспеченный приемами съемки, не связывается в целостный маршрут. Оно воспринимается, с одной стороны (если сфокусироваться на окружающих героев пространствах), как набор открыток с видами Петербурга, а с другой (если сфокусироваться на самих героях) – как бег на месте.

В конечном счете прогулка становится дорогой к разочарованию (в прямом смысле – утрате очарованности) не только для Алеши и Петра, но и для Ольги, хотя та и выиграла спор. Самое примечательное, что город будто бы «одергивал» Ольгу и задолго до финала, как бы показывая, что не все ей позволено – об этом говорит сцена на колоннаде Исаакиевского собора. На протяжении всего фильма герои «не отрываются» от земли – единственный эпизод «на высоте» – это эпизод подъема на колоннаду. Ольге наверху становится дурно – и, кажется, это уже не имитация, как то головокружение, которое она изобразила около перехода рядом с Гостиным двором. Возможная интерпретация такого сюжетного поворота может состоять в том, что город как бы велит ей не зарываться, говорит ей, что ей не доступна вся его «высота». Такая интерпретация вытекает из традиционной ассоциации Петербурга с высотными сооружениями, такими как колоннада Исаакиевского собора, шпиль Петропавловской крепости, Александровская колонна на Дворцовой площади.

Смысл, который читается в данном эпизоде, – стремление города оставить Ольгу на земле, в мире обыденного, воспрепятствовать ей подняться над этим миром:

> Сами топосы дома и башни в этом смысле диаметрально противоположны – как место, сообразное миру, и место, отделенное и вознесшееся над ним (ср. миф о Вавилонской башне) [Бунина, 2006].

В конце концов, проигравшими в той или иной степени оказываются все: Алеша и Петр – поскольку обнаруживают себя пешками в чужой игре; Всеволод – поскольку рискует потерять контроль над поведением Ольги; Ольга – поскольку ей не удается получить все, чего ей хочется. Завершение прогулки, принесшее разочарование всем героям фильма, бросает тень на «прозрачный», понятный образ Петербурга, каким он, казалось вначале, нарисован в фильме, и придает прогулке героев подобие погони за иллюзией.

В целом фильм «Прогулка» напоминает чемоданчик с двойным дном. Верхний, явный слой – светлый и яркий образ летнего города, готовящегося к большому празднику, и молодых, привлекательных героев воспринимается как открытка, рекламный проспект, очаровывает зрителя. Второй слой, «второе дно», наличие которого не сразу доходит до сознания, создает у зрителя ощущение напряжения, чувство, что «что-то здесь не так» с первых кадров и до финальной сцены фильма.

Присутствие «второго дна» обозначается в самом начале фильма в сцене, на фоне которой идут титры. Диалог между главной героиней Ольгой и ее женихом Всеволодом (которых мы не видим – видим только отражение зданий в тонированных стеклах движущегося авто и поворачивающийся руль) в его автомобиле позволяет понять только то, что между ними есть некая договоренность, предполагающая выполнение Ольгой условий, которые остаются неизвестными зрителю («Все. Тормози! Я пошла, время засекай». – «Давай-давай, а я посмотрю». – «Я тебя хоть раз обманывала»? – «Только телефон не выключай». – «А ты не звони каждую минуту»). На протяжении всего фильма напряжение поддерживается благодаря звонкам Всеволода и противоречиям в том, что Ольга сообщает о себе своим спутникам. Примечательно то, что город «подсказывает» героям (в частности Алеше), что им предстоит быть обманутыми. Эта подсказка – сцена в трамвае, когда цыганки гадают героям (Алексею цыганка говорит: «Обман будет») и одновременно обворовывают их.

Заключение

Итак, образ шумного, оживленного, многолюдного, празднично-праздного, понятного и открытого города за счет коллизий взаимоотношений героев приобретает «второе дно»: обманчивость Петербурга теперь воплощается не в полумраке, тумане и мистической ауре, это уже не «город-призрак». Она воплощается в живущих здесь людях, которые ради вполне понятных (хотя и не меркантильных по сути) целей могут ввести в заблуждение других и которые «сами обманываться рады». Вернемся к основному исследовательскому вопросу, который был сформулирован в начале эссе:

что именно снимают, привносят или изменяют в петербургском мифе репрезентации Петербурга в «Прогулке»? Ответить на него можно следующим образом.

В фильме «Прогулка» конструируются два слоя образа города: первый слой, находящийся на поверхности смысловой структуры фильма, предъявляет город как комфортную среду, хорошо приспособленную для отдыха, досуга, организованную «с прицелом» на успешное функционирование индустрии туризма и потребления, объект «взгляда туриста», и в этом смысле несколько плоскую, «глянцевую», полностью понятную и повседневно-рациональную. В этом слое как будто опровергаются такие мотивы петербургского мифа, как таинственность, фантомность, некоторая «потусторонность» Петербурга, его неприспособленность для «нормальной» жизни («город трущоб», каким он предстает, например, у Достоевского или позднее «город коммуналок», каким он был до относительно недавнего времени) и фактически надповседневная природа.

Однако в фильме обнаруживается и второй смысловой слой, который «переворачивает» первоначально возникающий – «поверхностный» образ Петербурга. Открытый, привлекательный, радостный образ оказывается таковым лишь для смотрящего, но не участвующего во взаимодействиях с городом и его жителями зрителя. Межличностные и социальные отношения в фильме показывают, что двойственность, обманчивость, неопределенность, приписываемые городу петербургским мифом, не исчезли в данном тексте – они «просочились», перестав быть видимыми (и в целом воспринимаемыми органами чувств), с поверхности, которой является физическое пространство города, в глубь, на более «глубокие» уровни – в пространство отношений жителей города.

Таким образом, в фильме «Прогулка» петербургский миф противоположным образом предъявляется в разных смысловых слоях фильма: он отрицается в поверхностном, непосредственно визуально фиксируемом слое и подтверждается в глубинном слое, сформированном взаимоотношениями героев.

Список источников

Бунина С. Миф о Петербурге и миф о Коктебеле в творческой судьбе М. Волошина // Виртуальный клуб поэзии. 9 августа 2006 // http://ctuxu.ru/article/ art/mif_o_peterburge.htm.

Де Серто М. По городу пешком // Communitas, 2005. № 2. С. 80-87.

Дубинский А. Прогулка // Дневник кино. 27 октября 2003 // http://www.dnevkino.ru/allfims/progulka.html.

Жуков К. О пользе и вреде петербургской мифологии // Петербургский час пик. 2–8 июня 1999 // http://ingermanland.narod.ru/chpi4.htm.

Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973.

Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф // Антология гендерной теории / Под ред. Е. Гаповой и А. Усмановой. Минск: Пропилеи, 2000. С. 280-297.

Усманова А. Гендерная проблематика в парадигме культурных исследований // Введение в гендерные исследования. Ч. I: Учебное пособие / Под ред. И. А. Жеребкиной. Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб.: Алетейя, 2001.

Усманова А. Повторение и различие, или «Еще раз про любовь» в советском и постсоветском кинематографе // Новое литературное обозрение. 2004. № 69 // http://magazines.russ.ru/nlo/2004/69/us12.html.

Харви Д. Неолиберальная урбанизация. Лекция, прочитанная 25 мая 2007 года. Русские чтения. Институт общественного проектирования // www.inop.ru/files/Harvey.doc.

Ярская-Смирнова Е.Р. Гендер, власть и кинематограф: основные направления феминистской кинокритики // Журнал социологии и социальной антропологии. 2001а. № 2. С. 100-119.

Ярская-Смирнова Е. «Одежда для Адама и Евы»: очерки гендерных исследований. М.: ИНИОН РАН, 2001б.

Berman M. All That Is Solid Melts into Air: Experience of Modernity. London: Verso, 1983.

Kuhn A. Women’s Pictures: Feminism and Cinema. London, New York: Verso, 1994.

Lefebvre H. The Right to the City // The Blackwell City Reader / Gary Bridge, Sophie Watson (Ed.). Oxford: Blackwell, 2002. P. 367-374.

Urry J. The Tourist Gaze. London: Sage Publications, 2002.

«Каюты памяти» музея Л.А. Кассиля: визуально-антропологическая экскурсия

Татьяна Кузьмина

Я хотел лишь одного, пусть воображение
ваше откликнется, заиграет...

Л. Кассиль

В современном обществе трансформируются культурные потребности, появляется другой широкий спрос на эстетические объекты. Изменяется уровень образования посетителей, их пространственная мобильность и культурные предпочтения. Сегодня «эстетическое», вынужденное делать выбор между «реабилитацией советских ценностей» [Интервью с Деготь, 2008] и утверждением новых, репрезентируется через китч, авангард, соцреализм и многое другое и начинает выступать синонимом «политического». На фоне этого индустрии культуры и отдельным ее институтам (в том числе музеям) приходится конкурировать между собой, по-новому осмысляя демонстрируемый культурный продукт, и вырабатывать актуальные стратегии репрезентации.

Вслед за Всеобщей декларацией ЮНЕСКО о культурном разнообразии 2001 года и Международной конвенцией об охране нематериального культурного наследия 2003 года, прописывающими приоритетные направления в области культуры и открывающими возможности для «самовыражения, творчества и обновления» [Мацуура, 2005], международное и отечественное сообщества активно модернизируют музейное

пространство и музей как социальный институт в целом. Так, одной из принципиальных задач современных музеев оказывается выбор приоритетов в организации экспозиции между «демонстрацией статических арт-объектов и проекцией подвижных образов» [Jeckson, 2007. P. 42]. Музею отводят главную роль в оценке эстетических критериев, которые становятся определяющими факторами восприятия эстетического аудиторией. Немалое влияние на сегодняшние музеи оказывают современные технологии, внедряющиеся в сферу искусства, арт-рынок, давно функционирующий в европейских странах и развивающийся в России.

Объектом настоящего исследования является литературный музей Л.А. Кассиля, расположенный в городе Энгельсе. Метод кейс стади, включающий социологическое наблюдение, интервью с персоналом и посетителями, анализ документов и метод «мозгового штурма» в рамках Летней школы «Визуальные репрезентации социальной реальности: идеология и повседневность» многое открыли в интересующем меня музейном пространстве. Я сосредоточила свое внимание на анализе визуальных образов, связанных с музеем, и способе его коммуникации, поскольку эти аспекты являются ключевыми для понимания специфики современной музейной деятельности [1].

Музеи в современной культуре

Действительно, современный музей старается отходить от исключительно культурно-просветительской функции, чувствуя необходимость меняться в изменяющемся обществе. В современной культуре коммуникация невозможна без визуального сопровождения: «Общество, базирующееся на современной индустрии, не является зрелищным вовсе не случайно и не поверхностно <...>, является зрительским в самой своей основе» [Дебор, 2000. С. 24]. Любая экспозиция делается для кого-то, и является таковой только при наличии аудитории. Создаваемые экспозицией образы – выстраиваемый визуальный ряд – в музейном пространстве превращает коммуникацию с посетителями в нечто особенное, не повседневное. Но здесь сразу возникает множество вопросов. Каким образом сконструировать экспозицию, чтобы сохранить, с одной стороны, ее достоверной и подлинной, с другой – отвечающей новым культурным потребностям аудитории? Как воссоздать мир произведений писателя, рас-

---

[1] Автор выражает большую благодарность директору музея Н.Г. Мещеряковой и всем сотрудникам за помощь в проведении исследования, а также доценту социологического факультета РГГУ А.В. Захарову за конструктивные рекомендации.

крывающий личность автора? Какие образы могут репрезентировать повседневность? Насколько визуальная репрезентация меняет музейное пространство, нарушая традиционные рамки организации? И каков должен быть характер коммуникации с аудиторией в сегодняшнем музее?

Отдельные индивиды или социальные институты наделяют то или иное явление, процесс, предмет особым статусом, смыслом, поэтому «вся социальная жизнь есть не что иное, как символические обмены, а также совместное конструирование смыслов и управление ими» [Харре, 2006. С. 132]. Поскольку в музеях предметы получают особый статус в рамках экспозиционного процесса, организуя «встречу с подлинностью бытия» [Каган, 1994. С. 449], именно в этом пространстве музейного искусства можно увидеть то, каким образом это происходит.

Дом-музей им. Л. Кассиля начал свое существование 9 ноября 1995 года. Почти сорок лет жизни детского писателя в Энгельсе не могли не воскреснуть позже в форме Дома-музея, хотя в этом здании Кассиль жил пять лет. В большинстве случаев мемориальные музеи перед открытием претерпевают годы попыток и ожиданий завоевать статус музея. Дом-музей Л.А. Кассиля не исключение. Сначала было принято решение о необходимости снести дом в силу его ветхости (здание было возведено на рубеже XIX–XX веков), но весной 1980 года горожанам удалось изменить это решение, и дом был сохранен как «памятник истории и культуры». С 1986 года по инициативе жителей города началась борьба за право здания получить мемориальную табличку. Сегодня у музея одновременно двойная специфика: являясь литературным музеем, он вместе с тем позиционируется как детский музей. Адаптируясь к общественным требованиям, которые заключаются в поиске актуального образовательного и развлекательного содержания, музей является одним из инструментов развития аудитории [Benhamou, 2006. P. 21]. Кроме того, профессионалы в сфере музейной деятельности сегодня соотносят организацию музея в городе с созданием имиджа самого города. Таким образом, стратегии экспозиционной деятельности во многом детерминированы не только спецификой музея, но и контекстом городской среды, в которой он находится.

Пространство музея: экспозиции артефактов

Отечественная и западная традиции организации пространства в музее различны. Главное отличие заключается в степени субъектности, допускаемой для посетителя. Российские музеи традиционно оп-

ределяли посетителя пассивным получателем информации и, исходя из этого, выстраивали экспозиционный ряд и экскурсию. Западный музей всегда ориентировался на аудиторию как на центральную фигуру и лишь транслировал музейный фонд. Сегодня в музеях продолжается активный поиск ухода от институционализации пространства и от академической истории.

М. Каган пишет о новом направлении в экспозиционной деятельности музея, когда становятся важными не только предметы, которые он выставляет и даже не то, каким образом экспозиция связывает несколько предметов, но идея, которая скрывается за всем этим. Называя это экомузеем, или «мягкой» экспозицией, или хранением фрагмента среды, Каган все-таки предлагает конструировать прошлое, сохраняя и воссоздавая его максимально подлинно, но не создавать новое искусство [Каган, 1994. С. 450-453]. В чем же заключается это новое искусство в экспозиционной деятельности? Возможно ли оно вообще в традиционных по организации институтах культуры?

Принципиальное значение имеет вопрос о соотношении музейного пространства с реальностью, или, выражаясь иными словами, с повседневностью. Можно понять тех, кто утверждает, что повседневные практики, являясь особым фоном социальной активности, не воплощаются ни в одном официальном институте [Козлова, 2004. С. 22], поскольку повседневность – свободная и нерефлексируемая практика. Явления повседневности настолько привычны, что не замечаются индивидом как отдельные и значимые. Однако музей, стремящийся доподлинно передать повседневность, вынужден привычное обращать в экспонируемое, видимое, значимое. Становится важным другое значение термина «повседневность», раскрывающего инструментальную и методическую организацию реальности. Именно музеи стремятся к фиксированию повседневности, применяя различные техники, формы, в том числе визуальные. При этом в музее как в изначально неповседневном пространстве очень подвижен переход от повседневного к неповседневному.

Одним из приемов конструирования образа повседневности является соблюдение пространственно-временных особенностей исторического контекста, к которому эта повседневность относилась. В музее можно увидеть предметы, принадлежавшие семье Кассиля и артефакты эпохи писателя: шкаф, стул, стол, самовар на тумбочке, ширму, умывальник, канделябры и прочее. Имеют значение размер оконного проема, форма рамы, длина тюля. Усиление связи с историей тех лет достигается размещением почти под потолком комнат по периметру черно-белых фотографий архитектуры середины XX века (*Ил. 1*). Размещены фотографии праздничных

шествий, лозунгов, промышленных достижений СССР. Заметно желание организаторов выставки представить личность автора не только в национальном контексте, но и мировом сообществе, – чему служат фотографии памятников архитектуры Западной Европы, мест путешествий Кассиля.



Ил. 1. Фрагмент экспозиции «Не слыть, а быть», раскрывающей творчество Кассиля 40–50-х годов. В основе дизайнерского решения о размещении фотографий по периметру экспозиционного зала находится историческая контекстуальность (Энгельс, 2008, фото автора).

Предметы, воссоздающие особенность жизни писателя Л. Кассиля, личные вещи, фотографии и рукописи, написанные им книги, письма, подарки друзей – все это является традиционной формой любой мемориальной экспозиции. Фотография – один из самых популярных в антропологии материалов для визуального исследования, поскольку является образным свидетельством жизни того или иного человека. Фотографии родителей, так как первичная социализация неразрывна с семейным воспитанием, фотографии домашней обстановки – ожидаемые экспонаты мемориального зала литературного музея. Представленный в музее фоторяд – это, безусловно, пример следования традиционным функциям музея, в частности, по Ч. Дженксу, – «увековечение памяти событий» [Дженкс, 2000. С. 7].

Другим приемом визуальной репрезентации действительности является подчеркивание особых характеристик того или иного предмета в экспозиции. А. Шюц замечает, что сознание человека обладает избирательностью, акцентирует внимание на индивидуальном либо представляющем субъективный интерес. Например, многие выставленные сувениры, которые собирал Кассиль – завод-

ной слоник, свеча в форме футбольного мяча, почти исписанный карандаш большого диаметра, подаренный А. Райкиным, – оказываются ценными для внимания именно по этой причине. Сохранение этих предметов, как и ведение дневниковых записей, – это попытка упорядочивания личных переживаний, впечатлений, событий повседневности. В данном случае эту «собирательную» роль выполняет музей. Ряд разнообразных сувенирных бутылочек и спичечных коробков – это одновременно яркий элемент советской повседневности 60–70-х годов прошлого столетия и индивидуально значимые предметы. Одними из интересных предметов экспозиции посетители признают письма К. Чуковского, первые издания произведений в журнале «Новый Леф», футбольный мяч с подписью Л. Яшина, музыкальную шкатулку Л. Собинова. Всего в фонде музея около 10 тысяч единиц хранения. Особенность музейного конструирования вещественного мира заключается в обращении к уже́ несуществующей реальности: вещь выступает символом, реализуемым индустрией и культурой настоящего для современного зрителя.

Экспозиционное пространство и литературные образы

Однако по прошествии времени аудитория данного музея вспоминает другие «образы». Более «видимыми» в музее оказываются залы, где обыгрывается содержание литературных произведений детского писателя, поскольку инсталлированные образы книг иллюстрируют пространство музея. Одна из комнат представляет собой палубу корабля, на котором путешествовали персонажи Л. Кассиля (*Ил. 2*).

У этого корабля есть корма и нос, штурвал и иллюминаторы, судовой журнал (который можно полистать) и встроенные телевизоры для просмотра произведений писателя. Для достоверности образа палубы дизайнеры экспозиции не только создали в начале и в завершении зала трапы, используемые для попадания с берега на корабль, но и сымитировали облака над «палубой». Музыкальная шкатулка, выполненная с использованием современных технологий, с фигурами героев Кассиля, запоминается посетителям больше всего, поскольку это необычный для музейных экспозиций образ – пунктум, усиленный музыкальным оформлением.

Литературно-художественные музеи обычно образуют одновременно два метафорических пространства: пространство, в котором жил писатель (это исторический вектор), и пространство, репрезентирующее непосредственное литературное творчество писателя (биографический вектор). Если палуба корабля – это мир произведений

Кассиля, то комната с партами и доской 1920-х годов, воссоздающая некоторые детали интерьера училища для мальчиков, в котором учился Кассиль, – это биографическая подлинность. Визуальная репрезентация здесь усиливается телесным опытом, кинестетичностью экспозиции, ведь посетителю предлагается посидеть за партой, встать у доски или за преподавательской кафедрой. Все это вызывает ассоциации, чувственные переживания, дает возможность различных интерпретаций. В этом же зале размещена находка создателей экспозиции – стенд с раздвижными непрозрачными дверцами, раскрывающий историю работы Л. Кассиля в «ЛЕФе». Вместе с тем стенд выдержан в рамках плакатной живописи 20–30-х годов, не нарушая восприятия данного исторического периода (*Ил. 3*).



Ил. 2. Фрагмент экспозиции «Палуба корабля» в зале «Швамбрания». Образ корабля погружает в ситуацию «путешествия» и вызывает такие же переживания, как у персонажей Кассиля (Энгельс, 2008, фото автора).

Неотделимость визуального от тактильного [Маклюэн, 2003. С. 59-69] делает посетителя более активным, и зритель сам создает смысловые последовательности. Фотографии или документы, размещенные в остекленных страницах, образуют книги, которые можно листать (*Ил. 4*), что также дает возможность тактильного восприятия для посетителей этого музея.

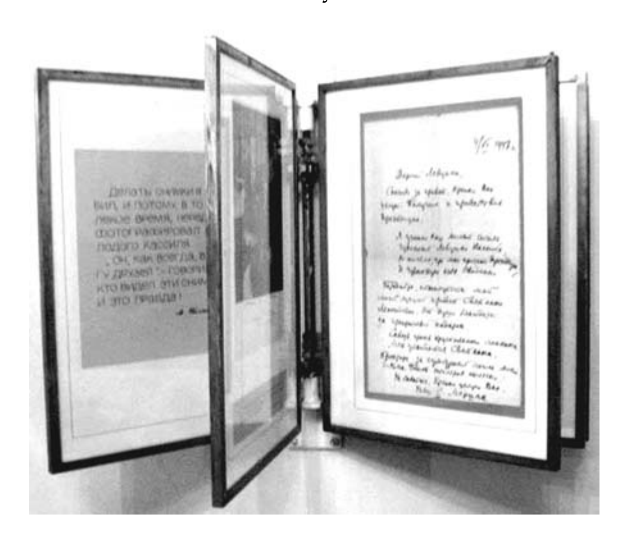
Организатор – экспозиция – аудитория

До XX века в организации музейного пространства доминировала линейность: переход из одного зала в другой происходил по спланированной и единственной схеме просмотра экспозиций. По-

степенно последовательность, в которой комбинируются экспонаты и смысловые связи между ними, становится более сложной. В визуальном послании большее значение приобретает «форма» образа, контекст в котором располагаются экспонаты, а не только содержание образа, то есть сами экспонаты. М. Бэнкс, рассуждая о визуальных методах исследования, разделяет контентную и контекстную стороны визуальной репрезентации [Banks, 2001. P. 24-27]. Содержательный (контентный) аспект включает в себя отдельные предметы, расположенные в экспозиции хаотично или тематически. Предметы, объединенные в композицию, например, восстановленный кабинет, где принимал посетителей отец писателя – врач Кассиль, обладают контекстуальным смыслом, поскольку на восприятие влияет уже созданный целостный образ, а не его содержание. Любая музейная экспозиция постановочна, поэтому, с одной стороны, мы будем видеть ее так, как нам показывают, с другой стороны, поскольку контекст способен вызвать более сложную и неоднозначную реакцию у зрителей, здесь возможны разнообразные ассоциации и множественность интерпретаций. Возможно, поэтому в современном музее возрастает роль дизайнера экспозиций.



Ил. 3. Фрагмент зала «Ранний Кассиль (творчество 20–30-х годов)». Дизайнерское решение в форме «стенда-шкафа», скрывающего некоторые факты биографии Кассиля, побуждает посетителя к поиску, размышлению (Энгельс, 2008, фото автора).



Ил. 4. Фрагмент зала «Кабинет Кассиля» в Переделкино. Подобное размещение подлинных документов не только провоцирует посетителей к «действиям» в момент визуального восприятия, но позволяет компактно представить большое число бумажных артефактов (Энгельс, 2008, фото автора).

Можно заметить, что процесс создания, конструирования музеев проходит два этапа: сначала работа с дневниками, текстами, интервью, фотографиями писателя, потом попытка предметного воплощения полученного в результате этого опыта с помощью экспозиции. Любая музейная экспозиция детерминирована не только творческой свободой и мастерством организатора, но и социально-политическим, историческим контекстом. Более того, в случае мемориальной музейной экспозиции организатор вынужден учитывать двойную рамку – настоящего и былого. Ведь прошлое, так или иначе, определило судьбу сегодняшнего экспоната. Для демонстрации такой двойной зависимости музей Л. Кассиля пользуется метафорой географической карты, воплощая ее в экспозиции и организации пространства в целом. Символическим обобщением жизненного пути писателя является глобус мира перед входом в музей. Внутри экспонируется множество графических объектов, среди которых представлены как настоящие географические карты (например, карта Слободы Покровской начала XX века), так и карты «стран, которых нет на карте» (пользуясь названием одного из залов музея) из литературных произведений детского писателя. Кро-

ме того, образ карты встречается в «виртуальном» пространстве музея: карта сайта, интерактивная схема залов – маршрутизаторы веб-экскурсии. Именно образ карты объединяет все составляющие экспозиции: город, в котором жил Л. Кассиль, страны, которые придумали его герои, мира как контекста, в котором разворачивались значимые исторические события.

Музей в поиске новых идей

Музей Л. Кассиля стремится к поиску новых форм деятельности – как социальный институт и научно-исследовательский проект. Очевидно, главная задача, решаемая его работниками – сделать музей доступным и понятным сегодняшней детской аудитории. Общая ситуация такова, что дети *«не любят книг и чтение»,* музеи посещают благодаря запланированным школьным экскурсиям, и *«кто потом захочет идти сюда второй раз?»* (из интервью с директором Н.Г. Мещеряковой). Творческий коллектив музея Л. Кассиля пытается преодолеть стереотип ожиданий аудитории от экспозиции, модернизируя традиционные практики музея. Например, устраивая культурно-просветительские акции в г. Энгельсе. С одной стороны, эти акции выступают продолжением визуальной репрезентации, с другой стороны, они выходят за пределы музейного («сакрализированного») пространства в городскую (обыденную) жизнь. Подобная акция превращается в коммуникацию, в которой образ усиливается за счет городской среды. При этом у всех сегодняшних акций музея Л. Кассиля заметна социальная направленность. Помимо прикладных задач, решаемых той или иной акцией, их главная цель – это предупреждение какого-либо фактора риска либо улучшение культурного потенциала молодежи города в связи с переоценкой ценностей в обществе. Утверждение ценностей, как традиционная функция музеев, видоизменяется новой формой культурного просвещения. Необходимость воспитания (традиционная социокультурная функция музеев) уходит с первого плана, скрываясь за «зрелищем», вызывающим интерес (из интервью с посетителем).

Новаторство, неразрывно переплетаясь с традицией, ставит целью не потерять прежнюю аудиторию и вместе с тем приобрести новую. Если одна из целей акции «Виват, Швамбрания!» – стимулирование детской творческой инициативы, развитие воображения и креативного мышления, – традиционная для деятельности музеев в целом, то использование новых технологий и форм организации мероприятия превращает акцию в актуальное и востребованное пространство искусства. Тем самым музей выполняет не только

функцию хранителя культурного наследия, но и создателя новых культурных ценностей и традиций. Акция или «*детский карнавал*» (как еще называют музейные работники «Виват, Швамбранию!») действует на улицах города, вовлекая и зрителей, и случайных прохожих, превращая их в активных участников. Более того, можно предположить, что в этот момент происходит разрушение оппозиции зритель / изображение, зритель-участник становится частью изображения. 10 июля 2007 года (в день рождения Льва Кассиля) «Виват, Швамбрания» включала несколько физических пространств города: набережную, городскую площадь, помещение музея, городской Дом культуры и близлежащие улицы. В каждом месте создавалась «особая атмосфера», «эмоциональное путешествие» (из интервью с посетителями). «Пространство музея в такой ситуации становится не только местом встречи единомышленников, но и пространством сотворчества» [Демшина, 2005. С. 53], поскольку действия и реакции участников влияют на развитие акции и не один организатор не может с уверенностью знать, каково будет ее завершение. Если не удалось попасть на акцию, практически невозможно получить этот опыт, стать участником, поскольку созданное художественное пространство уже на следующий день перестает существовать, и о нем можно только собирать рассказы попавших на акцию.

Особое впечатление о музейных акциях складывается при просмотре названий готовящихся проектов в объявлениях или на Интернет-сайте музея: «Книга будущего», «Белая ворона или один могучий слон добра», «Три страны, которых нет на карте», «Виват, Швамбрания!», «Даешь, Кирпичный!». На мой взгляд, это удачный пример сочетания текста и образа, который за ним скрывается. Сайт музея существует с сентября 2001 года и также является визуальной репрезентацией (в данном случае виртуальной), и в сравнении со многими другими, кажется оригинальной по контенту и дизайну. В оформлении используются фотоматериалы, графика, анимация. Познавательная информация о детском писателе Кассиле и героях его книг представлена в удобной иллюстративной форме – в виде виртуальной игры. Музей давно поддерживает инициативы своих научных сотрудников по использованию современных технических и мультимедийных возможностей. Традиционная вербальная экскурсия, сопровождающая постоянную экспозицию, часто дополняется компьютерной видеопрезентацией. «Важно то, что вербальная информация как бы опосредована, визуальная же прямо погружает нас в ситуацию общения с предметом как таковым» [Каган, 1994. С. 450] – в пространстве музея «разговор предметами» гораздо более важен, чем текст, который доступен вне стен музея.

Зная, что визуальная информация в музеях предназначена, в первую очередь, для осведомленных, а вербальная – для неосведомленных посетителей, можно предположить то, что работа музея тем эффективней, чем больше в нем визуальной информации. Качество музея в значительной степени определяется умением делать сообщения доступными для «прочтения» посетителями, управлять их визуальными впечатлениями. Подтверждением тому является Международная премия музейных коммуникаций (IMCA), которая дается за узнаваемость брэнда и эффективную коммуникационную стратегию музея, за лучшую изобразительность и наглядность. Музей Л.А. Кассиля – хранитель многих образов, которые понятны большой аудитории, в том числе детской, еще не знакомой с творчеством Кассиля. Способ организации пространства в музее Кассиля и наполнение его предметами воздействует на различные рецепторы восприятия. Например, дети, посещающие музей, несмотря на естественную леность во всем, что связано с запоминанием, стремятся выучить пародию Кассиля «Переделкинская Бибигония». В заключение хочется добавить то, что музей Л. Кассиля в течение семи лет особенно активно борется с изживающими себя штампами, предлагая альтернативные формы экспозиционной деятельности, не боясь, например, называть экспозицию «антиэкспозицией».

* * *

Реагируя на изменения, происходящие в обществе, культурные индустрии формируют новые стратегии своей деятельности, стремясь соответствовать потребностям аудитории, создавать новые формы представления материала в рамках культурного развития города, создавая продукт, востребованный рынком и обновляя критерии эстетического. Осуществляясь в пространстве активного взаимодействия с потребителем, презентация культурного наследия сегодня не может ограничиваться узкими институциальными, техническими, ресурсными рамками. В обществе постмодерна современному музею необходимо поддержание активного диалога между традицией и новшествами, артефактом как наследием и включением его в игру воображения и активного восприятия как части современного.

Как подметил персонаж фильма Э. Бергмана «Новичок» («The freshman») Флибер, «жизнь и искусство – одно целое, если рассматривать их под лупой» [Калашникова, 2004. С. 190], – и в музее жизнь и жизненная философия персонажей писателя рассматриваются под лупой, превращаясь в искусство экспозиции. Несмотря на доминирование визуального в современном обществе, его образный язык недостаточно интерпретирован и определен в поле види-

мого. Образ, не имеющий адресата, может вовсе остаться невидимым. Проблема обнаружения зримого и его вербального определения, обозначенная еще М. Фуко, М. Мерло-Понти и вслед за ними В. Подорогой, А. Усмановой, все также остро стоит в современной визуальной культуре. Музей превращает посетителя в зрителя, а иногда и в соучастника драмы, обнаруживая, делая более видимыми и впечатляющими артефакты своих собраний. В «Историях хронопов и фамов» у Х. Кортасара есть запоминающийся образ повседневности, раскрывающий механизмы хранения воспоминаний: некоторые персонажи бережно «бальзамируют» их, тщательно подходя к составлению этикеток с названием для каждого, другие – позволяют воспоминаниям «носиться по всему дому» и путаться под ногами. Так, в принципе, может быть организовано пространство любого музея. Визуальная репрезентация экспозиции музея Л.А. Кассиля провоцирует посетителей на активное восприятие и обеспечивает вовлеченность воспоминаний в контекст настоящего, пользуясь новаторскими способами коммуникации со зрителем.

Список источников

Дебор Г. Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович. М.: Логос, 2000.

Демшина А.Ю. Современный музей: «заповедник» или «форма жизни культуры» // Триумф музея? / Под ред. М.Б. Пиотровского, А.В. Ляшко. СПб.: СПбГУ, 2005. С. 47-60.

Дженкс Ч. Зрелищный музей – между храмом и торговым центром // Пинакотека. 2000. № 12. С. 5-14.

Интервью с Деготь Е. «Этот реализм не социалистический, а политический» // Weekend. 2008. № 23 // http://www.kommersant.ru/weekend.aspx.htm.

Каган М. Музей в системе культуры // Вопросы искусствознания. 1994. № 4. С. 445-459.

Калашникова И. Классическая музыка в эфире: киноцитата как способ телевизионной интерпретации // Объять обыкновенное: Повседневность как текст по-американски и по-русски: Материалы VI Фулбрайтовской гуманитарной летней школы / Под ред. Т.Д. Венедиктовой. М.: МГУ, 2004. С. 190-199.

Козлова Н.Н. Методология анализа человеческих документов // Социологические исследования. 2004. № 1. С. 14-26.

Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер с англ. В. Николаева. М.: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2003.

Мацуура К. Культурное богатство мира – разнообразие, проявляющиеся в диалоге // Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии // http://unesdoc.unesco.org/images.htm.

Харре Р. Материальные объекты в социальных мирах // Социология вещей / Под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 118-133.

Banks M. Visual methods in social research. London: Sage, 2001.

Benhamou F., Moureau N. From Ivory Towers to Museums Open to the Community: Changes and developments in France's cultural policy // Museum International. Vol. 58. 2006. № 4. P. 21-28.

Jeckson M.J. Para-performative practices and late modernism: on contemporary art and the museum // Museum International. Vol. 59. 2007. № 3. P. 41-51.

РАЗДЕЛ 3.

ВГЛЯДЫВАЯСЬ В ГОРОД: УНИВЕРСУМЫ ЖИЗНЕННЫХ СТИЛЕЙ

Возрождение городских пространств посредством культурных проектов – синтез социальной, культурной и городской политики

Джонатан Викери

Цель данной статьи – дать определение «возрождению посредством культуры» [1] как политической концепции, нашедшей свое отражение в ряде постановлений Британского правительства в области социальной, городской и культурной политики в период с 1997 по 2007 год. Возрождение посредством культуры – одна из наиболее значимых концепций культурной политики, зародившихся в Великобритании за прошедшие два десятилетия. Значимость данной концепции определяется двумя причинами: (I) возрождение посредством культуры сделало возможным концептуальный синтез важных областей социальной политики и проблем культурной и городской политики, создав единую структуру реализации политического курса в традиционно сегрегированных сферах; (II) возрождение посредством культуры стимулировало беспрецедентную волну социального и урбанистического развития во многих британских городах. В данной работе я обрисую в общих чертах значе-

[1] Термин «culture-led regeneration» относится к процессам возрождения городских пространств посредством реализации культурных проектов. В дальнейшем это понятие в тексте будет переводиться как «возрождение посредством культуры». – *Примеч. ред.*

ние и историю возникновения термина «возрождение посредством культуры», а также объясню, какое выражение оно нашло в дизайне городских центров, и как городской дизайн стал эффективным двигателем социальной и культурной политики.

Введение

Сегодня в любом крупном городе Англии можно встретить визуальные знаки политики «возрождения посредством культуры», обычно в следующих четырех формах: (I) *«флагманские» культурные сооружения*: наиболее значимые новые общественные здания, такие как галерея современного искусства Тэйт Модерн в Лондоне или музыкальный центр Сэйдж в Гейтсхеде; (II) *знаковые для данной местности скульптуры или общественные художественные проекты* (Инициатива Феникс в Ковентри [1] или Площадь Столетия в Бирмингеме); (III) *инновационное структурное проектирование:* мосты или сводчатые проходы (например, Мост Тысячелетия в Лондоне); и (IV) *уникальные представления, события или фестивали* (такие как Манчестерский международный фестиваль новых работ). Новые здания, художественные объекты и культурные события могут быть как элементами подготовительного этапа, так и неотъемлемой частью процесса реализации масштабного проекта городского возрождения, обычно предполагающего реконструкцию центральной части города.

Термин «возрождение посредством культуры» возник как вариант «городского возрождения» – центрального пункта национальной публичной политики в Великобритании в течение последних трех десятилетий [Lees, 2003; Bailey et al., 2004; Amin et al., 2000]. Единичный термин «возрождение» в рамках политического контекста отражает и подчеркивает реконструкцию и перераспределение земли, обычно де-индустрализированной земли. Это в значительной степени относится к сфере охраны окружающей среды. «Городское возрождение», однако, подразумевает развитие земли как места социального обитания: оно включает развитие материальных активов, таких как земельные участки и строения, что соотносится с общей стратегической целью, которая имеет одинаковое отношение как к местному населению и сообществам, так и к их социально-культурной инфраструктуре. Термин «городское возрождение», таким образом, обладает сильной социальной составляющей. И как показывает

---

[1] Инициатива Феникс в Ковентри – послевоенное возрождение города Ковентри, сравниваемое в данном случае с возрождением из пепла легендарной птицы Феникс. – *Примеч. пер.*

отчет ЦНПООН [1] 2004 года под названием «Состояние больших городов мира», городское возрождение сегодня – глобальное явление, воспринимаемое во многих крупных городах мира как четко определенная городская политика [UNCHS, 2004]. С ростом иммиграции, переселений, изменений образа жизни, увеличением этнического разнообразия и со стремлением городов развиваться благодаря туризму и иностранным инвестициям в бизнес урбанистическая реконструкция стала политическим императивом многих правительств мира.

Почему бы нам хотелось, чтобы культура стала частью «городского возрождения»? Боб Кэттерол в работе «Культура как критический фокус эффективной реконструкции города» утверждает, что социальная и городская политика не могут самостоятельно обеспечить «единство, руководство, цель и надежду» [Catterall, 1998. P. 1]. Культурные явления — это объединяющий механизм для разнообразных сегментов социо-городской жизни. Согласно распространенному в современной Великобритании политическому утверждению, нехватка «единства, руководства, цели и надежды» может означать целый ряд социальных проблем, таких как преступность, наркомания, междоусобные или этнические конфликты, низкая экономическая производительность. И теперь уже нетрудно утверждать (в контексте публичной политики), что «культурный» компонент является логически ключевым элементом социально-культурного развития.

Тем не менее приписывание «культуре» определенной роли проблематично не в последнюю очередь потому, что культура подразумевает непредсказуемые результаты и творческие действия, ценность которых в большей степени качественная, а не количественная. Если же количественные показатели выдвигаются на первый план, то их необходимо наблюдать в течение длительного периода времени. В своем исследовании «Вклад культуры в возрождение в Великобритании: обзор свидетельств» Грэм Эванс и Филлида Шоу обрисовывают в общих чертах три весьма отличных друг от друга варианта сочетания культуры и городского возрождения: (I) «возрождение посредством культуры», (II) «культурное возрождение» и (III) «культура и возрождение» [Evans, Show, 2004. P. 5-6]. В любом случае, найти «аргумент» в пользу эмпирической ценности культуры в пределах городского развития – серьезная аналитическая проблема. Что касается различных «ролей», которые может играть культура, то возрождение «посредством культуры» обозначает культуру «как катализатор и

[1] UNCHS (UN-Habitat), United Nations Centre for Human Settlements – ЦНПООН (ООН-Хабитат) – Центр Организации Объединенных Наций по населенным пунктам. – *Примеч. пер.*

двигатель возрождения» [Evans, 2005. P. 968]. Оно может принимать форму реконструкции города, основой которой является проект в области искусства (например, новое место выставки визуального искусства: само появление галереи современного искусства Тэйт стимулировало возрождение той местности, где она расположена, – южного берега реки Темзы в Лондоне), и часто сосредоточивается на ключевом для данной местности сооружении, значение которого выражено в его дизайне или архитектуре. «Ценность» самого художественного элемента категорически отличается от «добавленной стоимости» искусства в пределах схемы реконструкции. Великое искусство могло бы, по крайней мере, теоретически, нанести вред городскому проекту в случае несоответствия данному контексту.

«Культурное возрождение», второй термин, является полной стратегической интеграцией культуры в реконструкцию города, где проект, искусство, архитектура, художественная и культурная деятельность являются частью городского развития (такого, как модернизация части городского пространства, где магазины, деловые офисы, квартиры и здания, картинные галереи и дизайн-студии располагаются по соседству). Третий термин, «культура и возрождение», подразумевает восприятие искусства и культуры как некоего варианта «дополнения» к проекту реконструкции города, но не как его существенной части. Публичные виды искусства, особенно скульптура, часто «добавляются» к городским пространственным единицам, например, к городской площади, с целью создать основной фокус или подчеркнуть объекты, имеющие культурную ценность (как цветовое пятно или элемент визуальной концентрации). Однако часто это добавление делается, чтобы скрыть изначальную нехватку культурного планирования в процессе городской модернизации.

К этому короткому списку можно добавить еще несколько категорий городской реконструкции: «возрождение посредством художников» является необычной категорией и может относиться к трем упомянутым выше. Термин используется, например, в отношении частей Восточного Лондона, которые стали привлекательными для размещения собственности ввиду появления некоторых форм «сырой» культуры – открытия художественных студий и галерей, возникновения ресторанной жизни и увеличения профессионального космополитического населения. Это, в значительной степени, социальное явление связано с «возрождением, предопределяемым знаменитостями», когда рост инвестиций, цен на собственность, появление новых форм розничной торговли и развитие «ночной жизни» происходят под воздействием поп- и кинозвезд, переезжающих в жилой район (например, преобразование ранее унылого пригорода Лондона Кроуч Энд в конце 1980-х годов). Далее следует сказать о

городском явлении, известном как «джентрификация» [1], которое буквально подразумевает преобразование района из места обитания низших социальных классов в более престижный район, что само по себе является формой возрождения посредством культуры. Многие из дешевых и деградировавших викторианских пригородов Лондона в 1990-х годах были куплены, перепроданы и преобразованы: там появились новые школы, кафе, рестораны и галереи, обслуживающие новое профессиональное население после реконструкции возросшей в цене собственности.

Несмотря на указанные выше различия, термин «возрождение посредством культуры» используется тактиками с целью показать *любую* роль культуры и искусства в реконструкции города. Поскольку процесс восстановления городской окружающей среды сложен и реконструкция города зачастую стоит дорого, правительственные фонды, такие как Совет по культуре и искусству Англии (СКИА) [2] или Департамент культуры, СМИ и спорта (ДКСМИС) [3], требуют эмпирического доказательства «добавленной стоимости». В последнем большом отчете Совета по культуре и искусству Англии об искусстве и его социальной среде «Власть искусства: изобразительные искусства: свидетельство воздействия» [Arts Council England... 2006] отмечается случай заслужившего доверие вклада в возрождение посредством культуры. В качестве примера приводится постиндустриальный город Гейтсхед на Севере Англии. К 1990 году город был практически «прикончен» – деградировавшие общественные здания и высокий уровень безработицы из-за краха таких отраслей тяжелой промышленности, как судостроение и угольная промышленность. В отчете выявлены основные экономические показатели, преимущественно финансовые, иллюстрирующие результат прогрессивной политики возрождения посредством культуры, осуществляемой местным органом власти. И начата она была со смелой попытки сделать «брендом» региона скульптуру Ангела Севера высотой 20 метров. Более 100 миллионов фунтов стерлингов коммерческих инвестиций в собственность были привлечены к дополнительным индустриальным областям, таким как Балтийские причалы Гейтсхеда; более двадцати новых меж-

---

[1] Джентрификация (gentrification) – процесс возрождения центральных частей целого ряда городов Запада. Джентрификация предполагает реконструкцию отдельных кварталов городов, интересных с исторической точки зрения или обладающих преимуществами с точки зрения экологии, с последующим поселением здесь состоятельных людей. – *Примеч. ред.*

[2] ACE – Arts Council England – Совет по культуре и искусству Англии.

[3] DCMS – Department for Culture, Media and Sport – Департамент культуры, СМИ и спорта.

дународных фирм появились в городе; численность туристов увеличилась на 2,6 миллионов человек, что принесло 60 миллионов фунтов стерлингов дохода местным отраслям сферы досуга. В 2004 году читатели английских газет проголосовали за Гейтсхед (вместе с Ньюкаслом – городом, расположенным в непосредственной близости) как за любимое место проведения коротких отпусков; он стал любимым местом, выбираемым для переселения британскими гражданами, ищущими перемен в жизни. Претерпела значительное развитие культурная инфраструктура области, не говоря уже об интеграции и профессиональной реализации художников в рамках городского и общественного развития [Arts Council England… 2006. P. 30-33].

Свидетельство «добавленной стоимости», которую может внести культура, обычно описывается в широких экономических терминах и бывает предметом нескончаемых дебатов, поскольку «эффект причины» со стороны культуры нелегко определить и оценить. В данной статье определены и обрисованы в общих чертах как значимость, так и двусмысленность «возрождения посредством культуры» как популярного политического концепта. Проанализировав ряд разнообразных документов в области британской национальной политики, касающихся городской реконструкции в течение 1990-х годов, были выявлены следующие политические «устремления» [DOE, 1997; DETR, 2000a; DETR 2000b]:

- «гуманизировать» искусственную окружающую среду, чтобы в городской инфраструктуре уделялось первостепенное значение людям и общественной жизни, а не дорогам, автомобилям или зданиям;
- реконструировать гражданскую идентичность и устремление в будущее путем создания уникального городского дизайна и архитектуры в каждом городе;
- оказать содействие творческому взаимодействию культуры и торговли, гражданским и государственным учреждениям путем «смешанного развития» городского пространства;
- создать культурную инфраструктуру, обладающую способностью бороться с социальным исключением, и стимулировать деятельность общества и его саморазвитие;
- внедрить передовую экологическую и материальную технологию через устойчивые стратегии развития, основанные на исследовании.

Эти «устремления» (это лишь случайный выбор) оживили политическое мышление в Великобритании в 1990-х годах, которые запомнились как «сильные» годы правления Тони Блэра. С точки зрения политической методологии эти устремления имели тенденцию к

осуществлению «всеобъемлющего», синтетического и непрактичного подхода к комплексу социальных проблем, стоящих перед современным обществом. Фактически, это переворачивало методологию социальной и городской политики, которая сложилась после Второй мировой войны и основывалась на том, что «общество» – это ряд социальных, городских и культурных проблем. Специфической «проблемой» был не фокус, отправная точка или основание политики «новых лейбористов», а скорее, «видение» социального целого. Разграничение «социального», «городского» и «культурного» было концептуально полезно, но это могло препятствовать политическому развитию. Для премьер-министра Блэра политика начиналась с видения устремлений в будущее, и двигателем ее были изменения. При этом в широких терминах осмысливались «качество жизни», пережитый опыт, развитие сообществ и индивидуальной самореализации. Рост политической сферы «городского возрождения», которое вторглось в ранее существовавшие социальный, городской и культурный сектора политики, стал соответствующим механизмом для политических устремлений «новых лейбористов», заключавшихся в объединении «разорванных половинок» британского общества – инновационного и предпринимательского по духу частного сектора и богатого историческими традициями общественного (государственного) сектора [Labour Party, 1997; Hills, 1998].

«Новые лейбористы» спонсировали новую массовую волну политических исследований в центральном правительстве, пытаясь найти способы «слить воедино» политические структуры, разделенные на «социальную», «городскую» и «культурную» категории, а также определили тактику проведения политического курса, упорно добиваясь межведомственного сотрудничества в правительстве. Например, в офисе заместителя премьер-министра (в то время – Джона Прескотта) был учрежден новый Отдел социального исключения для категорий граждан, которые по определенной причине (пол, раса, возраст, образование) оказались неспособными участвовать в процессе городского преобразования через местную демократию. Возникло ощущение, что сама общественность является существенным исследовательским ресурсом в рамках городской окружающей среды, ее использования и развития. Появились организации, называемые Английские партнерства, и много других, меньших по размеру групп защитников окружающей среды (например, Экореген [1]), ответствен-

[1] Экореген (EcoRegen, Ecoregen) известен, теперь уже по всему миру, разработкой технологий, обеспечивающих сохранение и восстановление окружающей среды при максимальном ее использовании человеком (например, биотехнологий, связанных с переработкой органических отходов в удобрения). – *Примеч. пер.*

ных за общественные исследования и политическое консультирование относительно физической реконструкции индустриальной земли и публичного пространства, наряду с экологическим возрождением. Их функции частично должны были облегчить осуществление национальной стратегии в региональном и местном масштабах, мобилизовать граждан, фирмы и общественные организации в качестве «партнеров» или участников процесса принятия решений местными органами власти. Новое Подразделение по восстановлению сообществ в Департаменте общин и местного самоуправления (ДОМС) [1] гарантировало защиту общественной жизни и определенных сообществ, их развитие в рамках процесса городского изменения. В 1998 году появилась Комиссия по архитектуре и градостроительству (КАГ) [2], и до настоящего времени она обеспечивает все многообразие исследований и сбор материалов по дизайнерским моделям и стандартам для проводимых новым правительством строительных схем (в этой роли ее дополняют Английские партнерства). Городской целевой группой зеленых зон, расположившейся в ДОМС, было проведено даже независимое исследование «открытых пространств» при поддержке Подразделения пространственного анализа КАГ. ДКСМИС и СКИА также способствовали главным исследовательским инициативам и стратегическим структурам, спонсировав культурную деятельность со специфическим упором на социальное развитие (здравоохранения, образования) в пределах схем городской реконструкции.

Исторический контекст политики возрождения посредством культуры

Как отмечают Пауэр и Мамфорд в своем исследовании по фонду Джозефа Рунтри, озаглавленном «Медленная смерть больших городов?», британская городская жизнь в течение 1970–80-х годов развивалась в условиях деиндустриализации, неравной мобильности, социальной поляризации, беспомощности общества перед лицом роста преступности и потери государственного контроля на местах [Power and Mumford, 1999]. Спонсируемая государством реконструкция городов берет свое начало с «Городской программы» премьер-министра Гарольда Вильсона в конце 1960-х годов, когда послевоенное восстановление разрушенных во время бомбежек городов сменилось, наконец, проектами, в которых приоритетом стали социально-бытовые условия [Hill, 1994]. Белая Книга городских

[1] DCLG – Department of Communities and Local Government – Департамент общин и местного самоуправления.

[2] CABE – Commission for Architecture and the Built Environment – Комиссия по архитектуре и градостроительству.

центров [1] «Политика в отношении внутренних районов городов», 1977 год, и законодательство, введение которого она повлекла за собой, – «Внутренние городские территории», акт 1978 года, – явились существенной попыткой объединения эволюции «городской» инфраструктуры и социального развития. Однако политики не достигли в этом вопросе единства, поскольку на тот момент не существовало понятия «центра города» как социо-городского юридического лица с определенными проблемами (и основными культурными активами, которыми часто пренебрегали). Это оставалось главным политическим провалом, поскольку в период с 1960 по 1975 год в большинстве крупных британских городов развились физически обособленные центральные районы с высокой плотностью расположения жилья и смешанным составом дешевой рабочей силы; возросли социальные проблемы, неотделимые от городской инфраструктуры (жилье, социальные и образовательные услуги, открытые пространства). «Внутренний перелет» «средних» или профессиональных социальных классов из городских центров в пригороды и сельские «пояса» вокруг городов в течение 1970-х годов был свидетельством быстрого социального и физического опустошения.

Частично из-за антипатии премьер-министра Маргарет Тэтчер к управляемым лейбористской партией местным органам власти (которые воспринимались как бюрократические, коррумпированные и слишком медлительные, что мешает успешному управлению), вновь пришедшее к власти правительство Консервативной партии в 1979 году изменило ситуацию, создав рудиментарную инвестиционную схему «частно-общественного товарищества». Частные партнерские отношения позволили местным органам власти использовать общественные денежные средства и предпринимать крупномасштабные проекты городского развития совместно с частными фирмами и корпорациями. Этот союз органов государственной власти и крупного капитала продолжается и по сей день в области финансов и вложений в реконструкцию городов [Stoker, 1991]. Вклад Тэтчер в реконструкцию городов осуществлялся в значительной степени в форме назначения Квазиавтономных Неправительственных Организаций (КАНПО) [2], штаты которых были укомплектованы государственными служащими, но имели финансовую свободу, как коммерческие корпорации. Корпорации Городского Развития (КГР) [3] были самыми большими и самыми сильными из

---

[1] «Белая книга» (White Paper) – это полный отчет о мероприятиях и политике правительства Великобритании. – *Примеч. пер.*

[2] QUANGO – Quasi-Autonomous Non-Governmental Organization – Квазиавтономные Неправительственные Организации.

[3] UDC –Urban Development Corporations – Корпорации Городского Развития.

Квазиавтономных НПО периода возрождения и, по всей видимости, являлись «центральным механизмом» британской городской политики вплоть до «новых лейбористов» [Imrie, Thomas, 1999. P. 11]. ГКР, возникшие после принятия Акта о местных органах власти, планировании и земле 1980 года, обладали основными полномочиями по перераспределению земли и принудительной покупке зданий и участков, находящихся в государственной или частной собственности. К 1990 году их было двенадцать, и они осуществляли серьезные изменения в инфраструктуре большинства главных городов Великобритании от Ливерпульских доков и Кардиффского залива до Центрального Лидса и Манчестера.

ГКР были гарантией того, что реконструкция городов оставалась подчиненной развитию собственности в течение десятилетия и даже более, по крайней мере, до окончания 1991 года, когда Департамент по вопросам окружающей среды (ДВОС) [1] под руководством Майкла Хезелтина и при поддержке Тэтчер приступил к реализации пятилетних программ возрождения, получивших название «Городской вызов» [Hill, 1994; Deakin, Edwards, 1993]. Акцент был перенесен с собственности, земли и услуг на социальную и общественную жизнь, обучение и обеспечение занятости молодых людей. Эти программы были попыткой полностью изменить социальный распад и предлагали гранты на новые виды коммерческого развития и множество образовательных и обучающих программ, помогающих молодым людям развить определенные навыки и затем предоставляющих помощь в получении работы [Imrie, Thomas, 1993, 1999].

В течение этого периода со стороны культурного сектора поступил один основной отклик в форме программного заявления «Городской Ренессанс: роль искусств в возрождении городов» (1989 год). Его автором был Совет по культуре и искусству Великобритании – общественная организация Британского правительства, чьей функцией является распределение фондов, а в последнее время – создание структур национальной стратегии (и который после политической передачи власти в 1994 году стал Советом по культуре и искусству Англии). Это заявление объединило искусство с «решающим проблемы» прагматизмом, необходимым в контексте социального городского развития, причем культура постулировалась как «центр» таких усилий. Это программное заявление содержит следующие пункты: искусство формирует благоприятные условия для социальных объединений и культурной деятельности; оно привлекает туристов и, таким образом, прибыль; оно обеспечивает занятость населения, наряду с общественной идентичностью и гордостью. Оно создает «климат оптимизма –

[1] DOE – Department of Environment – Департамент по вопросам окружающей среды.

отношение "can do" [1], существенное для развития "культуры предпринимательства", которую нынешнее правительство надеется привнести в бедные регионы» [Arts Council of Great Britain, 1989].

Вплоть до конца 1990-х годов во всех областях публичной политики «культура» в значительной степени означала «искусство», а искусство не являлось значимым для правительства в контексте социального упадка городских центров и всего спектра городских проблем. Тем не менее утверждение Совета по культуре и искусству отозвалось эхом на влиятельный отчет культурного экономиста Джона Майерскофа под названием «Экономическое значение искусства в Великобритании». Этот отчет был сделан в пику господствующему в культурном секторе мнению, которое стояло на сильной философской позиции «автономии» искусств по отношению к социальным или экономическим инструментам. Майерскоф, однако, предположил, что будущее благосостояние самого искусства (способность художников и их организаций материально выжить) может быть обеспечено в случае его развития на экономической основе и участия в социальном и городском развитии [Myerscough, 1998]. Это положило начало обсуждению «экономического эффекта» реконструкции в контексте полноценной роли искусства в реализации общественного политического курса, что по сей день характерно для политики возрождения посредством культуры.

С конца 1980-х годов наблюдается значительное увеличение инновационного использования искусства в проектах, связанных со строительством и архитектурой. Однако звучат и протесты в форме «претензий» к искусству, связанных с неочевидностью его «добавленной стоимости». Индикаторы производительности, используемые в проектах городской застройки, бюджеты которых огромны, не могли быть «нанесены на карту» искусства. Еще больше трудностей возникло в процессе реализации проектов социального развития и социальных проектов на местах: «добавленная стоимость» проявилась лишь по истечении нескольких лет активной деятельности и развития сферы образования. Тем не менее искусство в начале 1990-х годов стало подчиняться тем же инструментальным индикаторам производительности и механизмам оценки, что и другие, не относящиеся к культуре, ресурсы городской реконструкции (типовое строительство, архитектура, менеджмент и так далее). Согласно утверждению Гордона Хьюса, искусство, в итоге, оказалось неспособным доказать значимость своего вклада в подобные проекты [Hughes, 1989].

Одной из форм искусства удалось избежать детального экономического исследования и выявления «стоимостной» ценности.

[1] Общепринятое выражение, буквально означающее «можем сделать». – *Примеч. пер.*

«Публичное искусство» в форме статуй, скульптур или памятников (часто призванных увековечить память тех, кто погиб в череде войн) стало неотъемлемым историческим дополнением большинства городских центров. Ценность публичного искусства была «социальна» в том плане, что оно обеспечивало чувство социальной идентичности. Его значения были уже традиционно включены в государственную пропаганду гражданской доблести и официальные исторические нарративы. В 1980-х годах наблюдалось существенное развитие публичного искусства: Департамент по вопросам окружающей среды спонсировал исследовательский проект, результаты которого нашли свое отражение в публикации «Искусство для архитектуры – руководство к действию» [Petherbridge, 1987]. Этот проект касался социальной релевантности и использования искусства в городах современной Великобритании, а также его менеджмента и функций в урбанистическом контексте. Отчет, будучи «инструментальным» по своему содержанию, был призван к содействию «профессионализации» художников в сфере строительной индустрии. И, поскольку отчет был опубликован под патронажем ДВОС, художники получили значительную степень профессионального доверия со стороны архитектурного сектора и сферы развития земельной и жилой собственности. Взаимодействию искусства и архитектуры способствовала инновационная схема под названием «Процент на искусство», разработанная Советом по культуре и искусству при участии региональных представительств. Эта схема позволила общественным комиссиям по разработке проектов реконструкции городов гарантировать, что ее подрядчики (обычно из строительной промышленности) будут отчислять один процент капиталовложений в сферу искусств (даже при том, что арифметика была часто непоследовательна). Стратегическая цель схемы «Процент на искусство» состояла не просто в увеличении финансирования сферы художественного искусства, а в привлечении художников в проект реконструкции города еще на стадии проектирования [Arts Council of Great Britain, 1990]. Эта схема никогда не была законодательным требованием для общественной комиссии или общественного развития, но являлась политическим «обязательством», спонсируемым центральным правительством и общественно одобряемым в различных программных заявлениях.

После британских всеобщих выборов 1992 года, когда Консервативная партия в четвертый раз оказалась у власти, была восстановлена национальная структура городской политики. К 1993 году было учреждено государственное Агентство городского возрождения (АГВ) [1], ко-

[1] URA – Urban Regeneration Agency – Агентство городского возрождения.

торое координировало национальную политику и стратегию в каждом регионе. Единый бюджет возрождения (ЕБВ) [1] стал центральным механизмом финансирования, обеспечившим широкий размах мероприятий в области реконструкции городов по всей стране. Регионы [2] осуществляли в каждом крупном городе контроль за поставками и распространением проектов городского возрождения на местах. Большинство общественных комиссий, строительных, социальных инвестиций и денежных средств, отведенных на строительство жилья, были теперь объединены в рамках единой национальной стратегии, направленной на возрождение и развитие городов. Заступившее на пост в 1997 году лейбористское правительство сохранило без изменений основную инфраструктуру распределения в области городского возрождения, которая сложилась при консерваторах, но радикальным образом расширило концептуальные представления в рамках данной структуры.

Политические инициативы «новых лейбористов»

К 1997 году управляющие механизмы развития национального городского возрождения были введены в действие, политические грани городских изменений сместились от земли и реконструкции собственности к более сложному «социальному обновлению», а также были сформированы основы культурной политики. Однако это не была культурная политика городского возрождения, сопровождающаяся истинным синтезом социального, городского и культурного в широкой связи с «качеством» общественной и индивидуальной жизни. Это могло бы следовать из новшеств в «городском дизайне» и архитектуре. За первые несколько лет правления «новых лейбористов» были предприняты три значимых шага: в национальном городском планировании больших и малых городов, в политике в отношении строительной промышленности и в новой отрасли самого городского дизайна.

В 1998 году только что сформированный Департамент по вопросам окружающей среды, транспорта и регионов (ДОСТР) [3] выпустил программное заявление «Планирование устойчивого развития: на пути к успешной реализации» [DETR, 1998]. В этом заявлении содержалось утверждение, что будущая политика городского планиро-

---

[1] SRB – Single Regeneration Budget – Единый бюджет возрождения.

[2] Регионы (Regions или Government Office Regions) – административно-территориальные единицы верхнего уровня в Англии. Каждый регион включает одну или несколько единиц уровня графств. Деление на регионы было введено в 1994 году правительством Джона Мейджора. – *Примеч. ред.*

[3] DETR – Department of Environment, Transport and the Regions – Департамент по вопросам окружающей среды, транспорта и регионов.

вания должна придавать «должный вес» социальным и экологическим вопросам наряду с экономическими, и что «качество» городского дизайна должно стать ключевой политической задачей. Два аспекта данного заявления имеют историческое значение. Во-первых, в заявлении утверждалось, что важным компонентом процесса планирования является «видение» городской территории, поскольку итоги проекта станут очевидными не ранее, чем через 25 лет. Последствия были значительны: «видение» требовало «визуализации», которая в теории вовлекала в планирование воображение и творчество. Кроме того, это требовало четкого представления о том, как будет выглядеть «идеальный город» при возобновлении практики планирования с учетом особенностей художественной и архитектурной истории и философских традиций. Во втором значимом пункте программного заявления утверждается, что планирование должно подразумевать широкое понимание стиля жизни и пространственной мобильности. Было отмечено, что необходимо комплексное понимание городской окружающей среды как «социального пространства», но данный вопрос был оставлен без внимания. Это стало попыткой «новых лейбористов» соотнести политику городского планирования с «социологическим» пониманием пространства. Городское пространство понималось не просто как физический механизм экономического производства и социального воспроизводства, а как платформа для формирования социальных идентичностей, сообществ и развития стилей жизни [ODPM, 2006. P. 155-157].

В 1997 году Строительная целевая группа [1] (политическая консультативная группа исследователей) была наделена полномочиями заместителем премьер-министра и в 1998 году издала «Пересмотр концепции строительства: отчет Строительной целевой группы» [DTI/Construction... 1998]. Это национальное политическое заявление использовало термин «качество жизни» в контексте общеизвестной инструментальной строительной промышленности. Новый политический акцент был сделан на дизайн и «опыт пользователя», образование и развитие строительной рабочей силы, консультирование, основанное на диалоге с клиентом и обществом. В отчете особенно подчеркивалась необходимость интеграции «дизайна» в строительный процесс на всех уровнях. В Правительственной Белой Книге следующего года («Улучшение качества жизни») премьер-министр Тони Блэр подтвердил шаткое суждение:

> Успех измерялся только экономическим ростом ВВП. Мы не смогли разглядеть, что наша экономика, наша окружающая

[1] Construction Task Force – Строительная целевая группа.

> среда и наше общество – это единое целое. И обеспечение улучшения качества жизни для нас всех означает больше, чем концентрация исключительно на экономическом росте <…>, мы должны гарантировать, что экономический рост будет способствовать повышению качества нашей жизни, а не его спаду [DETR, 1999. P. 3].

Введение в действие заместителем премьер-министра Городской целевой группы послужило отправной точкой: формирующие городскую политику инициативы стали явными, создав абсолютно новую концептуальную структуру. Городская целевая группа (ГЦГ) [1] была политическим инструментом обеспечения и стандартов, и основ анализа достижений и неудач городского возрождения при «новых лейбористах». Лорд (Ричард) Роджерс, один из архитекторов Центра Жоржа Помпиду в Париже, возглавил комиссию и предпринял детальное исследование городской окружающей среды во всех ее проявлениях, сформировав базовые рекомендации по выстраиванию политического курса. Эта политика нашла отражение, в частности, в Белой Книге городов «Наши большие и малые города: будущее – за городским ренессансом» [DETR, 2000b]. В Белой Книге один за другим были продублированы пункты отчета Целевой группы (105 рекомендаций) с указанием того, как и когда это было осуществлено или должно быть сделано. Согласно правительственному отчету о городском ренессансе 2005 года «Состояние английских городов» [ODPM, 2006], правительство по-прежнему цитирует отчет ГЦГ и выстраивает на его основе политический курс.

Отчет ГЦГ под названием «К городскому ренессансу» используется сегодня в университетах в качестве главного учебника по дизайну и возрождению городов. До этого момента все попытки определить городское возрождение вращались вокруг социально-экономической деградации и роли культуры в улучшении социально неприемлемых условий. Недавнее постановление Правительственного секретариата кабинета министров о национальной стратегии «Объединение Великобритании: национальная стратегия возрождения содружества» [CO, 1998] вновь подтвердило, что городское возрождение определяется в аспекте обладающих наибольшей разрушительной силой социальных проблем городских центров: безработица, преступность, низкий уровень образования, наркомания и в целом неудовлетворительное состояние здоровья. Однако согласно отчету указанные социальные проблемы являются симптомами «больной» окружающей среды, плохого «дизайна». В отчете приведен широкий

[1] UTF – Urban Task Force – Городская целевая группа.

диапазон данных: от диаграмм жилищных условий до показателей использования автомобилей, от динамики пешеходного движения в пространстве до архитектуры и дизайна улиц, местного управления и реализации городской политики. Качество архитектуры и организации открытых пространств определено с точки зрения основных человеческих ценностей и побуждений: стремления к свободе, мобильности и саморазвитию. Из 105 официальных рекомендаций отчета большинство касалось регионального и местного администрирования правительственных проектов возрождения и ратовало за развитие местной экспертизы и автономной формы местного самоуправления, способного осуществлять национальную политику адекватными местным условиям методами.

В числе рекомендаций: (I) пространственный «генеральный план», необходимый для всех общественных проектов. Это документ городского планирования, объединяющий все элементы урбанистического развития – социальный, экономический, физический (например, услуги и подземные системы водоснабжения), использование территории для бизнеса, досуга, культурной деятельности и любого другого элемента, благоприятного для данной местности; (II) все проекты городской реконструкции (и отдельных общественных построек) должны стать предметом проведения общественного конкурса дизайна, что послужит стимулом для развития конкурентоспособности и формирования деловой и предпринимательской компетенции в промышленном секторе; (III) необходимо разработать национальную структуру городского дизайна — ключевые принципы дизайна, интегрированные в генеральный план — с целью гарантировать соблюдение стандартов и развитие национальной самобытности; (IV) на национальном уровне должны быть учреждены двенадцать локальных центров архитектуры, цель деятельности которых — продвижение проектов по возрождению на местах, распространение информации, привлечение общественности и ее обучение. Все эти рекомендации в различной степени были реализованы в Великобритании.

Проблема, вставшая на пути реализации планов лорда Роджера, состояла в том, что стратегия городского возрождения была сформулирована на общенациональном масштабе, но всегда осуществлялась и воплощалась на региональном или местном уровне. Местные власти не обладали необходимыми знаниями в области дизайна или дизайнерского менеджмента, а также знаниями концептуальных основ политического контекста, объединяющего городское, социальное и культурное. Исчерпывающее практическое руководство в области дизайна для местных органов власти и частных корпораций было разработано Комиссией по архитектуре и градостроительству. Оно предполагало консультирование, обучение

(посещение местных городских строительных площадок) и издание публикации «К вопросу о дизайне. Городской дизайн в системе планирования: стремление к практическому усовершенствованию» (совместное издание ДОСТР и КАГ было выпущено в мае 2000 года [DETR, 2000a] и служило «справочником» к Национальным принципам планирования (НПП) [1]). Согласно данной публикации городской проект определяется как подчеркнуто социальное «искусство создания человеческого пространства». Английские товарищества также проводили консультирование, тренинги и осуществляли реализацию проектов для промышленности и местных властей, публикуя результаты своей деятельности в периодическом издании «Время для дизайна» [English Partnerships, 1996, 1998] и в более подробном «Справочнике городского дизайна» [English Partnerships, 2000] – внушительном учебнике по городскому пространственному анализу, используемом теперь многими университетами и колледжами.

«К вопросу о дизайне» КАГ стал официальным правительственным постановлением в области дизайна, провозгласившим обязательный стандарт «дизайн-показателей» в городском возрождении. Постановление использовалось в деятельности большинства местных органов власти: изданное муниципалитетом Ковентри «Руководство по городскому дизайну Ковентри» [Coventry City Council, 2004] является примером того, как постановление КАГ было весьма «дословно» перенесено на специфический местный контекст. Сегодня в Великобритании нет ни одного большого или малого города, центр которого не отражал бы в какой-либо форме проправительственные директивы. Одним из центральных аспектов данного руководства являлась значимость городского «характера». Буквально это означает то, что в рамках городского возрождения отдельные городские «пространства» должны получить новое ключевое значение – дизайн и реконструкция пространств должны отражать память, историю и материальное развитие данного большого или малого города (то, что сделало его особенным), а также будущие социальные ожидания. Также было принято соглашение о «целостности и разделении», в котором особо подчеркивалась необходимость тщательного обособления общественных и частных пространств, значимость локализации, границ и разделительных линий.

Руководство проявляло особую озабоченность «качеством общественной сферы», и его концепция «качества» базировалась на дизайнерской эстетике – визуальном стимулировании, стилистическом усовершенствовании ландшафта и архитектурной экспрессии.

---

[1] PPG1 – Planning Policy Guidance 1: General Policy and Principles – Руководство по политическому планированию: основные направления и принципы.

При этом пристальное внимание уделялось взаимосвязи различных элементов центральных частей крупных и малых городов, таких как: объекты общего пользования (указатели, скамьи, уборные), торговые (киоски, реклама) и культурные объекты (публичное искусство, ландшафтный дизайн). Каждый из перечисленных элементов, обладая собственной визуальной целостностью, не должен препятствовать специфическим выразительным функциям других [DETR, 2000a. P. 15-16].

В совокупности три источника политики городского дизайна – Городская целевая группа, Комиссия по архитектуре и градостроительству и Английские товарищества – послужили основой реализации на практике данного политического курса, особенности которого таковы:

- культура должна восприниматься не столько как процесс создания произведений искусства, сколько как форма социального участия; она может быть главной движущей силой в городском обновлении; художественная и культурная деятельность должна проявляться в градостроительном процессе еще на начальных этапах;
- местные «архитектурные центры» будут просвещать общественность, что позволит ей участвовать в процессе разработки дизайна, включая участие в публичных конкурсах и экспонирование генеральных планов застройки до сдачи проектов;
- архитекторы, проектировщики и художники, а не правительственные чиновники или бюрократы, станут лидерами в планировании городского возрождения;
- процесс реконструкции городов должен носить «смешанный» характер, допускающий органичное возрождение различных объектов, способных удовлетворить изменяющиеся потребности общества с учетом изменения образа жизни и семейных структур;
- региональные информационные центры городского развития будут гарантировать то, что политические деятели, специалисты и общественность получат навыки управления процессом городского возрождения;
- местные власти, разрабатывая единую стратегию развития общественной сферы и открытого пространства, определятся с дизайном, планами снабжения, управления, обслуживания и финансирования заранее;
- полностью интегрированные «пространственные стратегии» помогут понять и соотнести в пределах городской среды услуги (от здравоохранения до транспорта, шоппинга и досуга) и целевые группы потребителей данных услуг.

Несмотря на то, что большая часть этой политической структуры выражена в терминологии «городского дизайна», причина, по которой она стала главным двигателем публичной политики, – ее серьезные «социальные» цели. Побуждаемое космополитическими ценностями новых лейбористов, правительство сознательно пыталось «европеизировать» британскую городскую жизнь через демонтаж старых городских социальных структур. Новая политическая система взглядов была весьма критично настроена по отношению к английскому викторианскому городу, в котором в архитектурной форме нашла свое выражение социальная система, гражданские, религиозные и культурные институты которой требовали к себе уважения и центрального месторасположения. Атакам со стороны новой политической структуры подверглись и традиционные пути городского развития, отличные от направлений социального развития сельских районов, а также несовместимые системы социальных ценностей, сложившиеся в рамках дихотомии «город – деревня». Новая политическая система стремилась выработать альтернативные меры по обеспечению семейной структуры новыми типами жилья и реализации «смешанного развития». Началось вторичное заселение центров городов; «пешеходизация» вызвала возрождение общественного пространства, оккупированного транспортом и бизнесом. Пешеходная городская культура нашла свое продолжение в «потреблении» ночного времени посредством использования ночных схем освещения. Молодежь и дети стали главными социальными факторами в развитии новых городских пространств. И, по-видимому, знаковым подтверждением реальных изменений стало наличие в каждом городе площади в европейском стиле, бульвара и уличных кафе. Началась повторная попытка заселения центров городов в условиях высокой плотности населения, с использованием новых принципов дизайна. За основу был взят европейский тип жилых помещений.

Инициатива «Феникс» в Ковентри

Иллюстрацией возрождения посредством культуры и характерного синтеза городского, социального и культурного направлений в политике является схема реконструкции города Ковентри по Инициативе «Феникс», датируемая 1998–2006 годами. Ближе к 2000 году, в ознаменование наступления нового тысячелетия, британское правительство учредило национальный фонд, призванный поддерживать социальные, культурные и городские проекты, обладающие особой визуальной значимостью. Одним из таких «тысячелетних» проектов и была Инициатива «Феникс» в Ковентри, с ито-

говым бюджетом 55 миллионов фунтов стерлингов, из которых более одного миллиона было потрачено на публичное искусство. Это было самое экспансивное изменение города, начиная с послевоенного периода. Ковентри – самый старый город в Англии, хотя по всей Европе он больше известен как первый город, разрушенный немецкой бомбежкой во время Второй мировой войны. Быстрая послевоенная реконструкция оставила «в наследство» квазимодернистские гражданские здания из серого камня, первый в Европе торговый центр и внушительного вида англиканский собор (пристроенный, в соответствии с проектом британского архитектора Бэзила Спенса, к разрушенной бомбежкой наружной стене старого собора). За прошедшие двадцать лет Ковентри приобрел известность как крупный британский город, в котором активно приветствовались беженцы и иммигранты, особенно те, кто бежал из стран, пострадавших во время войны. Это, наряду с общим и очень высоким уровнем иммиграции в Великобританию в период с 1998 по 2006 год, внесло свой вклад в образование необычайно сложной социальной среды.

Ковентри был первым городом в Великобритании, который испытал на себе детальную стратегию городского возрождения – создание интегрированной политической структуры, готовой к таким масштабным гражданским проектам, как Инициатива «Феникс», и которая включала четкие рекомендации в области планирования, архитектуры, общественного искусства, оборудования улиц и общественных услуг. Значение проекта «Феникс» состоит в предпринятой попытке объединения культурных, городских и социальных параметров национальной политики возрождения способом, явно предполагавшим перепланировку центра города как нового социального пространства для заново сформированного и этнически неоднородного населения.

С самого начала в городском проекте были определены четыре заинтересованных стороны: муниципалитет Ковентри (в качестве клиента); городское полиэтническое население Ковентри; культурный сектор, включая художников, музеи и образовательные учреждения; наконец, национальная и международная туристическая индустрия. Публичный процесс принятия решений был спланирован так, что на каждой стадии реализации проекта четыре заинтересованных стороны были вовлечены в диалог и консультирование. После публичного конкурса была сформирована «дизайнерская команда» во главе с инженером-планировщиком, архитектором сэром Ричардом МакКормаком. Цели коллектива дизайнеров были сформулированы следующим образом [McGuigan, 2004. P. 12-13]:

1) объединять и воссоединять разобщенные элементы городского центра;

2) восстанавливать древнюю топографию города;

3) сочетать прошлое и взгляд в будущее;

4) способствовать творческому самовыражению участников проекта.

Средством достижения данных целей городского дизайна стало обеспечение сотрудничества и обширных связей художников и разнообразного по социальному составу населения Ковентри. На первой стадии городской реконструкции и местное, и общенациональное внимание было преднамеренно привлечено археологическими раскопками на территории собора и средневекового участка монастыря. Были найдены и умело использованы артефакты, принадлежащие средневековому прошлому, обнаружена одна из самых старых стенных росписей в Европе. Затем был заложен новый бульвар, на котором разместились и жилые помещения, и торговые центры. В дальнейшем на территории монастыря был открыт «информационный центр», в задачи которого входило публичное просвещение, информирование посетителей, а также специальный поиск наград в области архитектуры с целью повышения общественного резонанса [1].

Была открыта новая городская площадь, в основном с целью проведения таких мероприятий, как концерты (*Ил. 1*). На площади был размещен ряд визуально привлекательных дизайнерских работ, например, гигантские часы с жидкокристаллическим монитором, вмонтированные в мостовую. От площади перекидной спиралеобразный стеклянный мост ведет к Саду международной дружбы. В рамках проекта Феникс было реализовано семь крупных общественных художественных заказов, наряду с проведением различных крупных мероприятий, при поддержке поэтов и литераторов. Полностью завершенное общественное пространство представляет собой метафорическое путешествие через исторический центр Ковентри, где про-

[1] Информационные центры (Interpretation Centre) создаются с целью предоставления посетителям (как правило, туристам) информации о прошлом и настоящем города, о культурных традициях и привлечения их к процессу интерпретации исторических фактов. Информационные центры снабжаются современным мультимедийным оборудованием (интерактивное видео, DVD, Интернет, звуковые установки). Создание подобных центров окупается за счет рекламы в местных газетах, журналах, на телевидении и радио, а также за счет привлечения большого числа посетителей. Кроме того, одним из видов общественной рекламы являются распространенные в Англии награды в области архитектурного дизайна. Награды присуждаются по итогам конкурса, для участия в котором требуется внесение денежного взноса и предоставление конкурсной документации (портфолио). Обладание подобной наградой является признаком кредитоспособности нового архитектурного проекта для местных властей, финансирующих строительство.

шлое, с его индустрией и конфликтами, и настоящее, с его стремлениями к пролонгированной производительности и социальному миру, тесно переплетены (*Ил. 2*).



Ил. 1. Открытие Площади Тысячелетия, нового городского проекта. Огромная Арка им. Уитла представляет своеобразный визуальный вход на площадь – арка названа именем изобретателя реактивного двигателя Фрэнка Уитла, который родился в Ковентри. Арка – это плод сотрудничества архитектора сэра Ричарда МакКормака и инженера Марка Уитби (2003). Фото автора.

В целом проект объединил социальное, культурное и городское на каждом этапе: были найдены архитектурные решения, позволявшие создать новые социальные пространства для проведения мероприятий, общественного сплочения и объединения торговых зданий (магазины и бары), художественных объектов и медиасредств. Вдобавок – «социальное жилье» с дешевыми квартирами, два информационных бюро для приезжих, построенный под эгидой Кафедрального собора общественный зал (место частого посещения недавно приехавших иммигрантов и беженцев), а также различные художественные объекты, среди которых выделяется необычная звуковая установка (с помощью звуковой установки осуществлялась трансляция записи голосов восьми жителей Ковентри, которые перечисляли события, имеющие отношение к прошлому города, такие как Вторая мировая война). Тщательным образом было выверено соотношение между историей, современной культурой и новыми формами коммерции.



Ил. 2. Площадь Тысячелетия с северной стороны. Слева – спиральная рампа из стекла и стали, ведущая к Саду международной дружбы; на площади расположены часы с 24-часовым циферблатом, изображение часовых поясов, выполненное художницей Франсуазой Шейн, символически указавшей на города-побратимы Ковентри, находящиеся в разных частях мира. Фото автора.

Наиболее значимым был масштабный художественный проект, новый по форме «вторжения» в жизнь социума. Немецкому художнику Йохену Герцу [1] был дан заказ на две художественные работы. Первой была Общественная Скамья [2], установленная у стены, опоясывающей север площади, на которой размещено более 2000 мемориальных досок с именами, отобранными гражданами Ковентри. Вторым был

[1] Глава проекта сэр Ричард МакКормак выбрал Йохена Герца по причине уникальности его подхода к визуальным решениям. Герц, высоко оцененный в мире художник, известность которому принесли такие «антипамятники», как Антифашистский Памятник в Гамбурге, Антирасистский Памятник в Саарбрюкен (известный также как «Невидимый монумент»: на обратной стороне камней булыжной мостовой площади перед замком в Саарбрюкен, который использовался гестапо, Герц выгравировал 2146 названий еврейских кладбищ – площадь теперь называется «Площадь Невидимого мемориала»), а также памятник-выставка, посвященный бездомным Парижа (напротив Собора Нотр-Дам де Пари).

[2] Общественная скамья (Public Bench) – скамья длиной 45 метров, на высокой бетонной спинке которой расположено 2000 небольших по размеру мемориальных досок с именами жителей Ковентри или посетителей города в паре с другими именами – друзей, любимых, духовных вдохновителей или вымышленных героев, а также воспоминаниями, обещаниями и стремлениями. Общественная скамья постоянно видоизменяется – по желанию граждан добавляются новые мемориальные доски. – *Примеч. пер.*

обелиск «Памятник Будущему» [1], который был установлен со стороны площади (*Ил. 3*).



Ил. 3. Восточная сторона Площади Тысячелетия, на переднем фоне «Памятник Будущему» (автор Йохен Герц, 2004). Ожидания насильственных действий в отношении памятника, рядом с которым в пол вмонтированы таблички «Нашим немецким друзьям» и «Нашим французским друзьям», оправдались: стекло уже немного повреждено, но целостность удалось сохранить благодаря прочному смоляному покрытию. Фото автора.

Вокруг него расположены доски с названиями ассоциаций и городских гражданских клубов, наряду с именами прошлых «врагов» Ковентри, ставших теперь друзьями (например, народ Германии или Франции). Для Герца это не было просто упражнением в создании художественных объектов – в течение пяти лет он регулярно, порой еженедельно, посещал город, занимаясь разработкой широкомасштабного проекта, обозначенного им как «коллективное авторство». Проект включал в себя организацию исследований, общественных дебатов,

[1] Памятник будущему (Future Monument) – пятиметровый стеклянный обелиск, окруженный стеклянными мемориальными досками. – *Примеч. пер.*

образовательных мероприятий, освещение в печати, публичные встречи, а также политическую дипломатию, благодаря которой подобные проекты развивались в сфере общественных интересов со всеми видами оппозиции к немецкому художнику, выступающему с публичными речами о «врагах прошлого». Подразумевалось также управление исследовательскими группами и их сотрудничество в рамках непрерывного процесса реализации проекта. Все эти виды активности выполнялись одновременно. План действий Герца предполагал постоянный диалог с разными заинтересованными лицами, часто с чиновниками и общественными органами, иногда с частными фирмами. В результате процесс создания двух его работ приобрел социальный характер и в ходе реализации проекта начали активно проявлять себя многочисленные иммигрантские меньшинства Ковентри, многие из которых были незаметны в общественном контексте до обозначенных событий. Термины «зарождение», «конфликт», «идентичность», «история» придали форму общественному диалогу, продолжающемуся и по сей день.

Герц сыграл главную роль в проекте Феникс, несмотря на то, что явными приоритетами проекта были архитектура и городское проектирование. Герц в действительности активизировал саму общественность, которая была призвана использовать новую форму общественного пространства, обеспечивая тем самым создание своего рода гражданской «карты» опорных социальных точек. Ранее они были неизвестны, поскольку даже муниципалитет не обладал информацией о количестве и составе иммигрантских групп и групп по интересам, существовавших в пределах города. Ценность работы Герца заключается в способе синтезирования культурного и социального в рамках городского возрождения.

Заключение

Данная статья в значительной степени выстроена на объяснении схемы объединения целей городской, социальной и культурной политики в рамках «возрождения посредством культуры». В заключение я хотел бы остановиться на результатах критического наблюдения и оценке.

В 1996 году независимая британская исследовательская группа «Комедиа» опубликовала отчет под названием «Искусство возрождения: городское обновление через культурную деятельность», в котором содержались следующие критические суждения в отношении возрождения посредством культуры: (I) возрождение всегда базируется на «капитальных» проектах, таких как гигантские постройки, разветвленная инфраструктура, содержание которых в дальнейшем требует значительных средств, что возлагает на город определенные

финансовые обязательства; (II) строительная индустрия приносит больший экономический эффект, чем культурный сектор, с точки зрения капитальной прибыли (или инвестиционного и финансового развития); (III) в итоге, реализация крупных проектов поглощает все денежные средства из фондов общественного сектора, тем самым лишая финансирования других предполагаемых получателей бенефиций (таких, как объединения художников или иные социальные группы); (IV) связь с локальными потребностями и интересами необязательна; (V) возрождение – это, как правило, «столичный феномен», не распространяющийся на малые сообщества или сельскую местность [Landry et al., 1996].

Следует отметить, что даже теперь, в 2008 году, эти критические замечания актуальны. Оставив в стороне данные эмпирические наблюдения, базирующиеся на экономике возрождения, теоретик урбанизма Мэлколм Майлз предложил ряд более «социологических» откликов на городское проектирование посредством культуры: (I) города, ставшие объектом реализации политики возрождения посредством культуры, более, к сожалению, не испытывают на себе влияния потребностей или ценностей объективного промышленного производства, но находятся под влиянием неустойчивых потребностей сферы досуга и потребительских услуг; центральные общественные пространства становятся областями чистого потребления; (II) диапазон строительных типов сужается; повсюду встречаются образцы архитектуры квазиевропейского стиля, формальный «словарь» которой является общим, не привязанным к месту и стилистически поверхностным; не отражает историческую специфику и своеобразие конкретной местности; (III) новая эстетика города – эстетика «облагораживания» – это реконструкция строительных типов прошлого лишь с целью создания новых привлекательных городских пространств для мобильного профессионального класса, стремительно увеличивающего свои доходы; экономика реконструкции влечет за собой вытеснение низших классов местного населения; (IV) политическая риторика «возрождения посредством культуры» использует данный термин с целью маскировки истинных политических приоритетов правительства, а именно — «возрождения посредством розничной продажи досуга» с размытой концепцией общественного владения пространством [Miles, 1997, 2000, 2004]. Последний пункт соотносится с понятием «возрождения посредством развлечений», сформулированным МакКарти [McCarthy, 2002].

Данные наблюдения указывают, что несмотря на гласность и критическое освещение процесса формирования политического курса, на уровне местного управления и реализации политики возрождение посредством культуры потенциально всегда таит в себе типы

экономического развития, разрушительные по отношению к культурному развитию в целом. Однако, соглашаясь с этим, я в то же время должен обрисовать в общих чертах три контрпримера бесспорных достижений возрождения посредством культуры (помимо образцов городского дизайна, с которыми мы познакомились во второй части).

Первое, – новая политическая ориентация побудила институты культуры к активному участию в процессе формирования структуры городской политики и заставила переосмыслить свою деятельность в урбанистическом контексте – с точки зрения их роли в развитии «культурной инфраструктуры». Как показывает историческое исследование Грэма Эванса, новая тенденция «культурного планирования» возникла вместе с императивами политики возрождения [Evans, 2001]. Она не носила систематического характера, но на начальном этапе развития идеи возрождения посредством культуры была введена в действие концептуальная структура, в рамках которой культурные услуги стали предметом социальной и городской политики. С конца 1990-х годов гражданские музеи и картинные галереи предприняли попытку изменить направление своей деятельности и найти себя в новой социальной роли, например, посредством привлечения социальных меньшинств к использованию институциональных пространств или организации новых выставок.

Второе, – значимым этапом стало возникновение понятия «городской бренд» и его использование местными органами власти в политическом контексте (недавний пример: Эдинбургский региональный городской бренд, 2007). «Бренд» – центральный механизм в маркетинге, рекламе и «продвижении» города как объекта для посещения и внешних инвестиций. Какие бы коммерческие мотивы этот термин ни воплощал, он создал концептуальную структуру, способную породить более интегрированное понятие города и развить ключевые аспекты городской «эстетики». В процессе разработки «бренда» городским властям пришлось развить свои знания и воображение, а культурные условия города стали восприниматься в городском «политическом сознании» как основной капитал. Потребность в культурных инвестициях могла теперь стать политическим аргументом в правительственных кругах. «Чудо Бильбао», или «эффект Бильбао», – под таким названием оно известно – играет здесь немалую роль [Vegara, 2001; Crawford, 2001]. Проектировщики, художники, маркетологи, менеджеры по коммуникациям и городские власти сотрудничали с целью развития отличительного бренда своего города.

Третье, – значимым элементом стал способ содействия Правительства (посредством финансовых инвестиций в городское возрождение) формированию сектора художественного и культурного консультирования. Многие из этих организаций, например, «Британский

фундамент», возникли под патронажем правительства или местных властей и продолжают напрямую поддерживать реализацию их политического курса. Некоторые из них более независимы. «Экореген», например, использует «экологичный» подход к возрождению окружающей среды и «поставляет» практические стратегии профессионалам и местным сообществам, желающим сыграть роль в процессе реорганизации городской окружающей среды. «Фриформ» – одно из многих консультационных агентств в области новых жанров искусства. Оно специализируется на городских видах искусства или общественном искусстве в контексте городской окружающей среды. Благодаря таким организациям за последние двадцать лет в обширную сеть городского возрождения было интегрировано значительное количество исследований и информации, относящихся к миру современного искусства. Кроме того, новые агентства и консультационные службы открыли художникам доступ к участию в общественных комиссиях и социальных программах, что еще несколько десятилетий назад было редкостью. Искусство стало интегрированным в социальную и городскую окружающую среду.

В этой работе я попытался обрисовать в общих чертах существенные исторические факторы и этапы политического развития, позволившие появиться на свет логичному понятию «возрождения посредством культуры». Само понятие не являлось репрезентацией особого политического жанра, но широко использовалось в правительственных кругах с целью определения способа синтеза социальной, культурной и городской политики, позволившего появиться на свет новой форме социетального изменения, невозможного при иных обстоятельствах. Данное заключение носит инструктивный характер, поскольку потенциал возрождения посредством культуры еще не исчерпан.

Список источников

Amin A., Massey D., Thrift N. Cities for the many not the few. Bristol: The Policy Press, 2000.

Arts Council of Great Britain. An Urban Renaissance: The Role of the Arts in Urban Regeneration. London: Arts Council of Great Britain, 1989.

Arts Council of Great Britain. 'Percent for Art': a review. London: Arts Council of Great Britain, 1990.

Arts Council England. Arts and Regeneration: case studies from the West Midlands. London: Arts Council England / University of Birmingham, 2005.

Arts Council England. The Power of Art: visual arts: evidence of impact (parts 1, 2 & 3). London: Arts council England, 2006.

Bailey C., Miles S., Stark P. 'Culture-Led Urban Regeneration' and the Revitalisation of Identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England // International Journal of Cultural Policy. Vol. 10. 2004. № 1.

CABE Design review: How CABE evaluates quality architecture and urban design. London: CABE, 2006.

Cabinet Office [CO] Bringing Britain Together: A National Strategy for Neighborhood Renewal. London: Cabinet Office / Stationary Office, 1998.

Catterall B. 'Culture as a Critical Focus for Effective Urban Regeneration' (unpublished) / Town and Country Planning Summer School 1988. York: University of York, 1998.

Coventry City Council. Urban Design Guidance. Coventry: Coventry City Council, 2004.

Crawford L. Bilboa thrives from the 'Guggenheim effect' // Financial Times Weekend. 2001. 28 April.

Deakin N., Edwards J. The Enterprise Culture and the Inner City. London: Routledge, 1993.

DETR Planning for Sustainable Development: Towards a Better Practice. London: Department of Environment, Transport and the Regions / Stationary Office, 1998.

DETR A Better Quality of Life: A Strategy for Sustainable development for the United Kingdom. London: Department of Environment, Transport and the Regions / Stationary Office, 1999.

DETR By Design. Urban Design in the Planning System: Towards a Better Practice. London: Department of Environment, Transport and the Regions / CABE, 2000a.

DETR Our Towns and Cities – The Future: Delivering an Urban Renaissance. London: Department of Environment, Transport and the Regions / Stationary Office, 2000b.

DOE Planning Policy Guidance: General Policy and Principles (PPG1). London: Department of Environment / Stationary Office, 1997.

DTI / Construction Task Force. Rethinking Construction. London: Department of Trade and Industry / Stationary Office, 1998.

English Partnerships. Time for Design. London: English Partnerships, 1996.

English Partnerships. Time for Design II. London: English Partnerships, 1998.

English Partnerships. Urban Design Compendium. London: English Partnerships, 2000.

Evans G. Cultural Planning: An Urban Rennaisance? London: Routledge, 2001.

Evans G., Shaw P. The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A report to the DCMS. London: London Metropolitan University, 2004.

Evans G. 'Measure for Measure: evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration' // Urban Studies. Vol. 42. 2005. № 5/6.

Hill D.M. Cities and Citizens: Urban Policy in the 1990s. London: Harvester Wheatsheaf, 1994.

Hills J. Thatcherism, New Labour and the Welfare State. London: Centre for Analysis of Social Exclusion, London School of Economics (CASEpaper: CASE 13), 1998.

Hughes G. 'Measuring the Economic Value of the Arts' // Policy Studies. Vol. 9. 1989. № 3.

Imrie R., Thomas H. British Urban Policy and the Urban Development Corporations. London: Sage, 1993.

Imrie R., Thomas H. British Urban Policy: An Evaluation of the Urban Development Corporations. London: Sage, 1999.

Labour Party. New Labour: Because Britain deserves Better: General Election Manifesto of the Labour Party. London: The Labour Party, 1997.

Landry C., Greene L., Matarasso F., Bianchini F. The Art of Regeneration: Urban Renewal through Cultural Activity. Stroud: Comedia, 1996.

Lees L. 'Visions of 'Urban Renaissance': the Urban Task Force report and the Urban White Paper' // R. Imrie, M. Raco. Urban Renaissance? New Labour, Community and Urban Polic y. Bristol: The Policy Press, 2003.

McCarthy J. 'Entertainment-led Regeneration: The Case of Detroit' // Cities. Vol. 19. №2. 2002.

McGuigan Phoenix: Architecture / Art / Regeneration. London: Black Dog Publishing, 2004.

Miles M. Art, Space and the City. London: Routledge, 1997.

Miles M. The Uses of Decoration: Essays in the Architectural Everyday. Chichester: Wiley, 2000.

Miles M. Urban Avant-gardes: Art, Architecture and Change. London: Routledge, 2004.

Myerscough J. The Economic Importance of the Arts in Britain. London: Policy Studies Institute, 1998.

ODPM Planning Policy Statement 1: Delivering Sustainable Development. London: Office of the Deputy Prime Minister / Stationary Office, 2005.

ODPM State of the English Cities. Vols 1, 2. London: Office of the Deputy Prime Minister / Stationary Office, 2006.

Petherbridge D. Art for Architecture: a handbook on commissioning. London: Department of the Environment / HMSO, 1987.

Power A., Mumford K. The Slow Death of Great Cities? Urban abandonment or urban renaissance. York: YPS / Joseph Rountree Foundation, 1999.

Stoker G. The Politics of Local Government. London: Macmillan, 1991.

UNCHS (Habitat) The State of the World's Cities 2004/5: Globalization and Urban Culture. Nairobi: UNCHS; London: Earthscan, 2004.

Vegara A. 'New Millennium Bilbao' // R. Marshall. Waterfronts in Post-Industrial Cities. London: Spon, 2001.

Перевод с английского Юлии Мавриной
под редакцией Марии Ворона.

Книжные магазины в городском пространстве

Павел Романов

Распространение грамотности сопровождает развитие городов и является одной из черт урбанизации. Десакрализация чтения, промышленное тиражирование религиозных и светских произведений привели в Новое время к развитию в западноевропейских странах книготорговли как особого вида предпринимательской деятельности. Эта особость заложена в специфике товара, качества которого описываются в категориях коммуникации и культуры так же, как и в категориях свойств материалов, из которых изготовлена книга.

Мир библиотеки и книжного магазина являются квинтэссенцией городского образа жизни, связанного с сильной социальной дифференциацией, обезличенностью коммуникаций, с одной стороны, и возникновением тесных ареалов взаимодействия в этой анонимной среде, созданием общностей вне профессиональных, родственных, поселенческих сетей, с другой стороны. Воплощая сильную дифференциацию современной культурной жизни, в современном большом городе на равных сосуществуют книжные развалы, рынки под от-

Благодарим редактора журнала «Неприкосновенный запас» Илью Калинина за ценные рекомендации по доработке статьи.

крытым небом, маленькие местные магазинчики, университетские книжные лавки, ярмарки новинок в выставочных комплексах, элитные букинистические бутики, интеллектуальные магазины-кафе, огромные супермаркеты, расположенные в туристическом центре дворцы из стекла и мрамора или хайтековские дизайнерские проекты.

Интернет-торговля как технология продвижения книг на рынке не вытесняет магазины, интегрированные в городской ландшафт, поскольку такие видимые места продаж содержат значимые символические коды и воспроизводят важные аспекты культуры, привлекательные для современного горожанина. Визуальные образы книжных магазинов из разных стран мира позволяют высветить те смыслы, которые приобретают книжные магазины, занимая определенные места в пространстве города (*Ил. 1*). Но чтобы понять эти смыслы, нужно ответить на некоторые ключевые вопросы: как возник книжный магазин в современном его виде? Благодаря чему он приобрел присущую ему культурную значимость для горожанина?



Ил. 1. Повседневная городская сцена – горожане знакомятся с книжными новинками или уцененной литературой у витрины магазина. Доступ к книгам постоянно расширялся благодаря революции в технологиях книгопроизводства и книгораспространения. Книжный магазин «Шекспир и кампания» в Латинском квартале Парижа. Фото: Ян Бриттон, 2002. Источник: Freefoto.com.

Книга в жизни современного горожанина

Развитие книжной индустрии шло на протяжении нескольких столетий: от производства рукописных книг, связанного с опреде-

ленной обрядностью в разных культурах, к Гутенберговскому массовому книгопечатанию, коренным образом меняя социальные отношения, способы коммуникации и механизмы идентификации людей. М. Маклюэн [1] выделяет сущностные черты социальных изменений, в результате которых книга утратила некоторые признаки особого, сакрализованного объекта [Мак-Люэн, 2004]. Он связывает эти процессы, в частности, с мышлением, воображением, фантазией и творчеством людей, которые становились все более и более соединены со способностью визуализации; язык из средства восприятия и познания превращается в товар, при этом диалог живого общения преобразуется в упакованную информацию, в общественное благо (commodity), формируются мироощущение частного человека и новые формы взаимозависимости людей в обществе, национальные языки превращаются в средства массовой коммуникации, способствуя складыванию наций; а физический аспект печатной книги – ее карманный размер, как полагает Маклюэн, – внес немалый вклад в развитие индивидуализации повседневной жизни. И еще один немаловажный нюанс: книгопечатание само по себе не оказало бы такого влияния на общество, если бы не торговля книгами. Рассмотрим эти ключевые характеристики в связи с появлением в городах книжных магазинов.

Маклюэн сравнивает средневековую книготорговлю с сегодняшней букинистической торговлей или торговлей произведениями «старых мастеров». И хотя книги по большей части хранились в монастырских библиотеках, в Средние века уже закладывается фундамент для постепенного переворота в книжной культуре. Менялись представления относительно прав собственности на книги, которые не только использовались для чтения, но все больше и больше становились именно объектом обладания, поэтому закреплялись на полках библиотек толстыми цепями, чтобы их не могли вынести и присвоить себе читатели. «Книгопечатание разрушило монополию библиотек» [Мак-Люэн, 2004. С. 304], и от чтения как прерогативы сообщества посвященных – монахов, членов тайных обществ, профессионалов – происходит сдвиг к элитному чтению, и в культуре возникает образ джентльмена как типичного посетителя книжного магазина, например, в позднеелизаветинской Британии [Newcomb, 1994. P. 753-782]. В 1930-е годы XX века развитие технологии книгопечатания и демократизация продажи печатной продукции во многих европейских странах (книги стали продавать в газетных киосках) привели к новому взлету массового чтения [Reuveni, 2002. P. 273-287].

---

[1] В русскоязычном употреблении используются разные варианты транслитерации фамилии McLuhan – Мак-Люэн, Маклюэн, Маклюен.

Рывок в книгопечатных технологиях к концу XIX – началу XX века означал действительно большие тиражи, доступность и дешевизну книг и самой практики чтения. Все это, наряду с успехами массовой школы и промышленности, породило массового читателя, но не однородную, а стратифицированную аудиторию. Возникла дифференциация и самих книжных магазинов, рассчитанных на разные доходные и потребительские группы. Производство и потребление книг в XX веке быстро приобретало черты масскультуры, совершенствование маркетинга имело следствием поиск новых, все более специфических потребительских ниш, изобретением и продвижением не только классических, но и разнообразных изощренных форм продукции. Физическая идентичность книги размывалась в результате постоянных экспериментов издателей с формой книг: книги размером чуть больше пачки сигарет, книги, напоминающие юношеские альбомы с картинками и записями, в больших красочных обложках и иные варианты – все это продолжает разрабатываться в соответствии с пожеланиями потребителей.

Приобретение книги и чтение вообще, а также специализация выбора стали характерными признаками для субъектов, мыслящих в категориях восприятия. Перефразируя П. Бурдье, такие субъекты способны осознать, что чтение тех или иных книг делает их похожими на типичных представителей высшей части среднего класса, «играют роль символов, положительных или отрицательных отличительных черт, и это происходит непроизвольно и непреднамеренно независимо от стремления к демонстративному потреблению» [Бурдье, 1993. С. 145]. Потребительская культура относится к тем новым формам социальности, которые сложились не без влияния печати и чтения. Исследователи отмечают тесную взаимосвязь между чтением и потреблением, включая возникновение коммерческого дизайна, разнообразие методов распространения продукции, процесс профессионализации в области печати, а также отношения между издателями и миром коммерции. Как пишет Г. Ривени, чтение, представляющее собой процесс декодирования знаков и образов, напечатанных на бумаге, формируя навыки распознавания символических изображений, способствовало развитию потребительской культуры, ставшей частью повседневной жизни обычных читателей [Reuveni, 2001]. Благодаря печатанию и продаже книг национальные языки становятся средством нациестроительства, приобретая, словами Маклюэна, централизующую силу [Мак-Люэн, 2004. С. 293]. Так, книжная торговля А.Ф. Смирдина, внесшая большой вклад в капитализацию российского книжного дела в середине XIX века, не только открыла «товарный период русской литературы», но и способствовала укреплению национальной идентичности:

> Переезд книготорговли Смирдина на главную улицу столицы свидетельствовал не только о его деловом успехе, но и о появлении заметного интереса к отечественной литературе у читающей публики, до того предпочитавшей захаживать в магазины иностранной книги, предпочтительно французской [Динерштейн, 2005. С. 197].

Книжные магазины на железнодорожных станциях, киоски и уличные торговцы книгами и газетами в Европе, например, в Германии в 1930-е годы появились благодаря удешевлению бумаги, совершенствованию техники печатания и способствовали демократизации потребления книг и чтения. В связи с этим следует вспомнить и опыт знаменитого русского критика, издателя и книготорговца А.С. Суворина, который издавал, в том числе, серию «Дешевая библиотека» (по аналогии с немецкой «Universal-Bibliothek» и французской «Bibliothèque Nationale»), в которой вышли сотни классических произведений русских и иностранных писателей. Нациестроительству, безусловно, способствовало и производство книг в СССР (*Ил. 2*).



Ил. 2. Не только книги, но и сами книжные магазины становились проводником в мире знаний, достраивая символический порядок с помощью визуализации идеологического сообщения. Витрина книжного магазина 1980-х годов (источник: общедоступный ресурс «Рожденные в СССР»).

Мягкий переплет как способ демократизации и массовизации чтения известен с зарождения самого книгопечатания, и в течение XX века на Западе издательские объемы так называемых покетбуков постоянно росли, приводя к книжной революции [Escarpit, 1966], особенно, к 1950-м и 1960-м годам. Перестроечный бум книгоиздания, торговли и чтения в СССР конца 1980-х и начало «дикого» капитализма на отечественном книжном рынке начала 1990-х стимулировали действие экономических механизмов изменения характера книгоиздания, которые стали характеристикой переходного периода и отчасти – постсоветской эпохи в целом. В конце 1990-х годов происходит изменение отношения к чтению, в результате которого «мягкие» переиздания дорогих книг стали продвигаться на отечественном рынке значительно лучше благодаря дешевизне и того, что можно назвать функциональностью (карманные форматы, легкость). Сегодня эта тенденция превратилась в социальный факт:

> Согласно опубликованному в декабре 2006 года исследованию «Левада-центра», если раньше жители России отдавали предпочтение толстым романам в твердом переплете, сегодня они склонны покупать покетбуки в мягких обложках [Ваганов, 2008].

Книги теперь не только сберегают, они предназначены и для однократного прочтения в транспорте, поездке, на отдыхе, собирание и сбережение таких книг потеряло всякий смысл, что отразилось и на жанровых предпочтениях потребителей такого рода продукции [Левина, 2005]. В контексте культурной динамики книжного магазина как объекта пространства городской среды это привело к расширению продаж в тех местах, которые ранее считались маргинальными и не пользовались большой популярностью – журнальные киоски, вокзалы, открытые уличные лотки. Пространство советского города пешеходов переупорядочивалось всевозможными видами уличной торговли. Это меняло и телесные практики пешеходов, чьи взгляды теперь стремятся уследить за быстро меняющейся мизансценой общества потребления.

Упорядочить и переупорядочить знание о мире и о себе, в том числе как о потребителе нужной, престижной и соответствующей своему социальному статусу литературы, помогают кино и телевидение, которые объединились с книжным производством и торговлей сувенирами, памятными открытками, одеждой и атрибутикой в своем бизнесе. Волны популярности издания и рост его продаж наблюдаются после фильма, произведение или персонажи переживают новое рождение не только на экране, но и на бумаге – вспомним недавние ажиотажные спросы на книги и альбомы про динозавров после «Парка Юрского периода», а также на «Мастера и Маргариту», творчество Акунина,

книги о Есенине. По свидетельству директора книжного магазина «Москва» М. Каменевой, когда вышел телевизионный фильм «Идиот», продажи этого романа увеличились в десятки раз [Каменева, 2005. С. 219]. И обратный феномен – бум «Гарри Поттера», вызвавший феномен длинных очередей, ожидание новых книг, целую индустрию атрибутики, костюмов, фильмов, книг-подделок. Сформировались группы и клубы по интересам так же, как это когда-то было стимулировано книгами Толкиена. Складывается специфический механизм взаимодействия между книгой, сериалом и фильмом, с характерным «идеологическим аспектом» новейшей российской моды на экранизацию классики.

Вообще, визуальность как характеристика освоения пространства человеком эпохи массового чтения означает развитие «семиотической чувствительности» [Reuveni, 2002. P. 273-287] людей, позволяющей им лучше ориентироваться в современном жизненном пространстве, наполненном символами и информацией.

От дефицита к изобилию

В современных руководствах для предприятий розничной книготорговли можно прочитать, что для успеха такого бизнеса самыми важными являются три фактора: «расположение, расположение и еще раз расположение» [Хитчин, 1999]. Неразрывная связь физического и социального пространств города «дает символические и практические эффекты» [Пэнсон, Пэнсон-Шарло, 1996. С. 40], которые соотнесены с историей, экономикой, социально-профессиональной, классовой структурой поселения.

Так, наиболее крупный книжный магазин во многих советских городах находился вблизи от исторического центра города в крупном специально выстроенном для этого здании, нередко это заведение было поименовано «Дом книги». Основу единой плановой системы продаж составляла государственная книжная торговля Госкомиздата СССР, которая с 1959 по 1972 год расширилась почти вдвое [Тараканова, 2001]. Критериями ее развития выступали средние площади магазинов, которые постоянно росли (с 76 до 110 кв. м), охват книжной торговлей населенных пунктов (к 1970-м годам книжные магазины были открыты во всех населенных пунктах с населением свыше 5000 человек), количество оптовых баз (10 центральных оптовых книжно-экспедиционных баз, 170 региональных оптовых баз, 83 библиотечных коллектора в конце 1980-х годов) [Тараканова, 2001]. Расширение общедоступной книготорговли влияло на объемы продаж – О. Тараканова сообщает о пятикратном росте продаж и действующих к концу 80-х годов 3700 книжных магазинах. Как можно видеть, основные официальные показатели советского книгорынка

характеризуют его инфраструктуру, которая непрерывно развивалась, росло и потребление книг, однако, мы мало что узнаем о качестве предложения – например, об удовлетворенности населения выбором и качеством изданий, многие книги оставались недоступны большинству населения. Именно эти аспекты советской торговли, вероятно, и позволяют говорить об отсутствии в СССР книжной розницы в современном понимании (*Ил. 3*).



Ил. 3. В книжном магазине можно было приобрести и репродукцию картины Айвазовского, и портрет Ленина, членов Политбюро. Отдел Дома книги на Калининском, 1967 год (источник: Copypast.ru).

Проблема доступности «хороших» (тех, на которые был спрос) книг для советского человека стала причиной дефицита, книжного голода, очередей и широкого спектра формальных и неформальных практик, ушедших в прошлое с приходом рынка в этот сектор экономики. Сейчас многие, родившиеся в СССР, легко вспомнят, как издательствами устраивались записи на собрания сочинений, в том числе, так называемые «макулатурные серии» (об этом чуть ниже), в магазинах открывались отделы книгообмена. Распределение книг по магазинам редко учитывало специфику читательских предпочтений. На собственном опыте помним, что участники туристических и научных экспедиций в 1980-е годы получали огромное удовольствие от посещения книжных магазинов, располагавшихся в удаленных районах страны, поселках, маленьких городках и полустанках. В глубокой провинции можно было легко обнаружить дефицитные издания, относительно которых в крупных городах даже представить было нельзя, чтобы они могли попасть на полки магазинов, поскольку все они за-

благовременно распределялись сотрудниками складов, коллекторов и магазинов по своим социальным сетям, как и другой дефицит, продуктовый или товарный. Отчасти пополняли и расширяли предложение книжные магазины «Дружба», специализировавшиеся на продаже книг на языках «стран демократии».

Наряду с этим с 1960-х годов складывались полулегальные книжные рынки, появилась книжная фарца, торговавшая книгами – тут и Хемингуэй, Шоу, Брехт, Золя, и Сэлинджер, Кафка, Маркес. Из-под полы можно было достать, в том числе, распечатанные машинописным способом или на принтерах, принадлежащих институтским, заводским Информационно-вычислительным центрам (ИВЦ) и позже размноженных фотографическим способом или на множительных машинах книги братьев Стругацких, запретного Солженицына, стихи Цветаевой, Ахматовой, Гумилева.

Масштабы теневого оборота полиграфической самиздатовской продукции в 1970-80-х годах не поддается никакому учету. Такие культурные практики отражают не только экономические особенности дефицитной социалистической экономики, неспособной насытить внутренний рынок легальной, разрешенной продукцией и с неизбежностью порождающей мощную альтернативу в виде неформальных рынков на самые разные виды продукции [Романов, Ярская-Смирнова, 2005. С. 62-71]. Наличие значительного спроса на печатную продукцию как развлекательную, так и политически опасную, демонстрирует нам невероятный коммуникационный вакуум, сопровождающий советского человека в сфере потребления символической продукции. В отсутствии доступного и многообразного кино и телевидения, сравнительно небольшого количества печатаемых журналов и ограниченного репертуара появляющихся изданий – книги, особенно переводные и те, доступ к которым был ограничен, являлись объектом постоянного неудовлетворенного желания для миллионов человек.

Другую отечественную особенность продажи и потребления книг точно подметила М. Левина, которая считает, что в советское время и в начале постсоветского периода книги рассматривались как средство инвестирования в будущие поколения [Левина. 2005. С. 214]. Добавим – и как атрибут достатка, и социального и культурного статуса, объект гордости, помещаемый в специально устроенные застекленные книжные шкафы. В силу этих причин популярность хорошо изданных книг в твердых обложках была значительной.

Работа в книжном магазине, знакомство с работником такого магазина становилось экономическим преимуществом, а популярные книги – своеобразной валютой (аналогично другому товарному дефициту – виниловым пластинкам, мебели, бытовой технике, биле-

там в театр, запчастям, некоторым видам продуктов). Вид книжных полок, уставленных солидными тисненными или пестрыми лакированными корешками дефицитных изданий, внушал уважение и трепет у гостей, желание продлить полезное знакомство. Среди советских граждан было широко принято просить книги «почитать», и эта практика обрастала множеством сопутствующих узнаваемых практик – «зачитывание» чужих книжек, «очередь на чтение» новой книги среди знакомых, сроки взятия книги в заем («могу дать, но только на недельку...»), газетные и долговременные обложки («чтобы не замусолили»).

Для тех книголюбов, кто не работал в книжном магазине, на оптовой базе и не имел там знакомых, оставалось много возможностей – ежедневно отслеживать новинки на прилавках, писать предварительные заказы (некоторые издательства их принимали), стоять в длинных очередях, меняться, искать книги в глубинке – в общем «крутиться» всеми возможными способами. Как отмечают, розница во многом была вытеснена системой подписки на пользующиеся спросом издания (в этой связи многие современники вспоминают длинные очереди в ночь, когда подписка будет объявлена, номерки на руках, волонтеров, следящих за порядком в очереди), а также на те, которые спросом не пользовались:

> Книжной рознице в ее современном понимании в советской системе координат не было места: в изначально нерыночной среде работали соответствующие законы – помните подписку на собрания сочинений идеологически выдержанных писателей с позолоченными корешками? [Подшибякин, 2002].

Так сформировались и особые каналы распределения книжного дефицита – например, популярные «макулатурные серии» – то есть книги, которые можно было получить за талончики, выдаваемые в специальных пунктах приема макулатуры.

Большим спросом пользовались детективные, фантастические и приключенческие романы, повести, сборники рассказов, иллюстрированные и научно-популярные издания, энциклопедии. Специфичным для советского времени был спрос на собрания сочинений отечественных и зарубежных классиков, которые были в дефиците и солидностью своих корешков олицетворяли стабильность и достаток.

Идеологическая значимость и монополизм центральных книжных магазинов в советский период прочитывались в топонимике того места социального пространства, где они размещались (например, площадь Ленина, проспект Кирова), и которое «может быть охарактеризовано через его релятивную позицию по отношению к другим местам (выше, ниже, между и т. п.) и через дистанцию, отделяющую

это место от других» [Бурдье, 1993. С. 33]. Смещение и смешение этих позиций и дистанций происходит со сменой режима. Девяностые годы принесли с собой книжные рынки и ярмарки,

> на которых можно стало свободно купить то, за что еще несколько лет назад легко было угодить на Колыму. Магазины-монстры советского образца начали проигрывать войну за потребителя: в их торговых залах поселились стойки с парфюмерией и видеокассетами, а покупатели появлялись все реже [Подшибякин, 2002].

Упадок советских огромных магазинов происходил на фоне расцвета, а затем и упадка маленьких специализированных магазинов. Начало 90-х годов ознаменовалось появлением книжных рынков. Вот красноречивое описание динамики статуса Дома книги в городском пространстве Ставрополя:

> На площади Ленина стоит самый большой в городе книжный магазин – Дом Книги. Строение функционального стиля, украшенное малыми архитектурными формами и бронзовыми барельефами, выглядело великолепно, когда полностью использовалось по назначению, т.е. – как большой книжный магазин. Теперь в Доме Книги торгуют косметикой, утюгами, сотовыми телефонами, фотоаппаратами, тканями, доступом в интернет, кактусами, стиральными машинами и детской одеждой… Удивительно, что среди всего этого продолжают ютиться несколько отделов, торгующих собственно книгами. Книжные отделы еще пытаются различаться по профилю, но граница между ними все больше стирается – бывает, что во всех отделах предлагается почти одно и то же. Продвинутые книголюбы ходят за книжками к Коле Тузу, который торгует под лестницей на филфаке местного госуниверситета [Яцутко, 2002, см. также: Литвинцев, 2008].

Да, в 1990-е годы торговые площади монументальных домов книги по всей стране опустели благодаря развалу сети дистрибуции, усилению конкурентов в лице книжных рынков и развалов. Однако спустя некоторое время стало ясно, что будущее все-таки за крупными торговыми центрами торговли книгами, в силу того, что «они обладают несколькими фундаментальными преимуществами, без которых сегодня нечего и думать затевать книжную розницу: торговыми площадями, отлаженной системой учета и многочисленному персоналу» [Подшибякин, 2002].

В 2000-е годы ситуация изменилась, и теперь многие из тех, кто искали книги на ярмарках или рынках, могут обнаружить их в недавно открытых крупных магазинах с небольшой лишь разницей в цене. Правда, это не касается литературы non-fiction – небольшие магазины, торгующие интеллектуальной книгой, напротив, сейчас вы-

тесняются с этого рынка. О кризисе российского книгоиздания ярко пишет Дмитрий Быков, испытавший разочарование после посещения московской книжной ярмарки 2008 года:

> … если бы сегодня меня спросили, какой жанр имеет наилучшие перспективы, я предложил бы начинающему автору написать эротико-конспирологический роман о подиумной поп-звезде, желательно блондинке, спасающей мир от демонов ночи американского происхождения при помощи православного священника, объясняющего ей попутно азы дуумвиратского плана. <…> Литература не живет среди трусости, невежества и конформизма — она требует других человеческих качеств. Что ж поделать, если наша действительность требует именно этих [Быков, 2008].

Растущий объем книгоиздания осуществляется за счет специфической продукции, удовлетворяющей самые невзыскательные вкусы, впрочем, основная масса посетителей магазинов остается вполне довольна покупками.

Семейство книжных магазинов

Как полагает М. Левина [Левина, 2005], несмотря на развитие Интернет и каталожной торговли, в России книжный магазин является основным инструментом книгопродаж, причем торговых площадей катастрофически не хватает, мы отстаем от европейских стран по уровню обеспеченности книжными магазинами в шесть раз: если там магазин приходится на каждые 10–15 тыс. человек, то у нас — на 60 тыс. Многие эксперты книжной торговли говорят о проблеме с нехваткой площадей [Каменева, 2005. С. 221]. Правда, есть трудность с подсчетом всех отечественных книготорговых точек, связанная с тем, что «во время перестройки статистика по книжной торговле влилась в общую статистику торговли и выловить ее оттуда очень сложно» [Каменева, 2005. С. 220]. В любом случае, говорить об исчезновении классического книжного магазина из пространства города нельзя – несмотря на общую социальную динамику чтения и изменение предпочтения массовой читательской аудитории, он остается уникальным источником удовлетворения различных культурных предпочтений. Однако здесь мы наблюдаем сходные социальные тенденции, которые в разное время проявились в большинстве стран с рыночной экономикой – укрупнение магазинов, осуществляющих розничные продажи.

Действительно, тенденцией во всех индустриальных странах стали крупные книжные магазины, этакие *книжные города* – со множеством отделов, торгующих дополнительными товарами, услугами, с кафе и

уголками для отдыха. Стремление к укрупнению площадей и приоритеты книгопродавцев обозначены здесь достаточно определенно, что позволяет говорить и об очевидной, все отчетливей проявляющей себя тенденции к вымиранию маленьких и специализированных магазинчиков, что отмечают специалисты. А. Подшибякин приводит слова Александра Иванова, главы издательства Ad Marginem и одноименного небольшого книжного магазина [1]:

> Мелкие магазины обречены – специализироваться просто не позволяет сегодняшняя номенклатура изданий в России. Все это не ново – сейчас в нашей книготорговле повторяется ситуация, через которую в свое время прошла Европа [Подшибякин, 2002].



Ил. 4. Карл Шпицвег «Книжный червь», 1850. Художник запечатлел книжный магазин Лири в Филадельфии, который долгие годы был известен как старейший книжный магазин в США, но был снесен в 1969 году.

Заметим здесь – не только Европа, но и США, где с 1991 по 1999 год количество *маленьких местных магазинов* сократилось с 5200 до 3300 [Powell, 1999. P. 135-137]. Упадок такого типа магазинов повсеместно был встречен с сожалением, особенно в контексте воспроизводства локальной идентичности и местной городской культуры. Вписанность магазинчика с теплой домашней атмосферой в местное городское пространство в западном городе (*bookshop right round the corner* – книжный магазинчик за углом), а также противостояние таких магазинов сетевым гигантам хорошо представлена в массовой культуре, например в американском фильме «Вам письмо» («You've got mail» 1998 год, режиссер Нора Эфрон, в главных ролях Том Хэнкс и Мэг Райан). Некоторые такие магазинчики становились настоящими городскими достопримечательностями, что впрочем не спасало их от разрушения (*Ил. 4*).

[1] В 2008 году этот магазин – один из наиболее популярных среди магазинов интеллектуальной литературы – действительно был закрыт.

Дихотомия рационального / эмоционального, холодного / теплого раскалывает книжную культуру, порождая индустрию книг-мутантов для «вынужденного чтения» (сокращенные карманные издания классики для выполнения школьной и вузовской программы, содержащие выхолощенный сюжет), списывания зачетных работ (сборники сочинений и рефератов, которые, впрочем, не могут конкурировать с он-лайновыми коллекциями готовых работ различных учебных жанров). Ностальгия по «теплой» и оригинальной культуре книготорговли в большом городе ощущается и покупателями, и предпринимателями, которые пытаются реставрировать атмосферу домашнего уюта, организуя комплексы типа магазина-театра-музея в Буэнос-Айресе [Каменева, 2005. С. 222-223].

Рынок привнес разнообразие потребительских стилей и потребностей, диверсифицировались и способы их удовлетворения. Так возникают и исчезают, появляются вновь и каким-то образом сосуществуют с огромными «монстрами» специализированные магазины, клубные магазины, рынки, развалы, букинистические магазины, бутики, сетевые, книжные торговые центры, магазины при музеях, выставочных центрах, распродажи на открытом воздухе, книжные ярмарки. Они различаются между собой номенклатурой заголовков, сопутствующими товарами, дизайном – по типу развала, прямого доступа к полкам, прилавка, напоминая то дворец, то кабинет, то подвал. В странах с динамично развивающимся книжным рынком, имеющим долгую историю, этого разнообразия еще больше, здесь «можно встретить и очень старомодные магазины, и крупных книготорговцев, которые применяют нововведения согласно велениям времени, и недавно созданные книжные магазины совершенно нового типа» [Хитчин, 1999].

Вот несколько таких портретов магазинов, торгующих книгами в большом (и не очень) городе. Интерьеры *магазин-бутика* должны указывать на эксклюзивность товара и быть оформлены с роскошью, здесь можно встретить собрания богатых ценителей, эксклюзивные и редкие, дорогие издания.

Букинистический магазин схож и иногда объединен с магазином антиквариата – с дизайном дорогих помещений, символизирующим достаток, с дорогой мебелью, предметами искусства, картинами, статуэтками, предметами интерьера, которые полагается иметь рядом с книгой, символами учености, знаками профессий (бюсты философов, ученых, юристов). Книги здесь недешевы, много редкостей. А *магазин подержанных книг* напоминает лавку старьевщика – сюда сбрасывают килограммы ненужных уже книг, завалявшихся в домашних библиотеках. Здесь происходит поиск в развалах, случаются маленькие открытия, это важный источник чтения для необеспеченных групп и для особых групп ценителей.

Классический европейский магазин привычен в ландшафте старого города: узнаваемый внешний вид, в нем функциональность соединена со следованием традиции. А вот в *магазине возле университета* больше канцтоваров и подарков, чем книг, а выбор книг часто ограничен заказами преподавателей для своих курсов. *Магазины мистической литературы* представляют особую субкультуру – книги по эзотерике, мистике, религиозная литература соседствуют с мистическими предметами, камнями, благовониями, картами Таро, талисманами, сувенирами и одеждой. В некоторых проводятся клубные встречи, лекции, в других предлагается сервис по заказу астролога, гадальщика, услуги татуировщика. В Москве этот тип магазинов представлен такими заведениями, как Северный Ом, Белые облака, Путь к себе (ПуКС), Магазин-клуб издательства «София», Третий глаз, Клуб Литораль, Сто небес, Солнечный ветер, Оазис (при музее Рериха).

Особенность книги как товара

«*Не продается вдохновенье, но можно рукопись продать*», – сказал книгопродавец устами поэта. Книжный магазин имеет двойную сущность: с одной стороны, выступает игроком рынка, книги здесь – товар, для чего требуются многие компоненты современной коммерции (бухгалтерия, маркетинг, мерчандайзинг, франчайзинг, работа с персоналом, товарные издержки и наценки). По оценкам эспертов, чтобы торговля была успешной, в магазине должно быть от 8000 до 15000 наименований [Подшибякин, 2002]. Циркуляция книг на рынке представляет собой масштабную, хорошо организованную индустрию с большими оборотами и развитыми стратегиями продвижения товаров. Впрочем, даже при таком подходе, это далеко не самый выгодный сегмент рынка, скорее напротив, рентабельность в книжной торговле невысокая, порядка 6 % [Каменева, 2005. С. 210-211].

При этом магазин – это часть пространства, отгороженная от остального города, бурлящих и суетящихся потоков людей, капитала, технологий и информации своей уникальной, даже в каком-то смысле мистической способностью. В самом деле, ведь находящийся и продаваемый здесь товар несет в себе знание и эмоции, располагая к тому, чтобы ими делиться, в том числе, визуальными переживаниями, которые пробуждаются дизайном помещения, эстетикой обложек, иллюстраций, содержанием художественных и фотоальбомов.

На переднем плане самопрезентации здесь книга – главный атрибут интеллектуала (хотя книги в книжных магазинах покупают не только те, кто считает себя интеллектуалом). Специальные мероприятия – встречи с авторами, лекции – усиливают, укрепляют эту иден-

тичность. Помимо экономического и культурного капиталов, некоторые пространства, в частности, книжный магазин, как наиболее «избранное» из них,

> требуют также и социального капитала. Они могут обеспечить себе социальный и символический капиталы лишь с помощью «эффекта клуба», который вытекает из устойчивого объединения в недрах одного и того же пространства людей и вещей, похожих друг на друга тем, что их отличает от огромного множества других, что у них есть общего, не являющегося общим. Эффект клуба действует в той мере, в какой эти люди исключают по праву (с помощью более или менее афишированной формы numerus clausus) или по факту (чужак обречен на некоторое внутреннее исключение, способное лишить его определенных прибылей от принадлежности) не проявляющих всех желательных свойств или проявляющих одно из нежелательных свойств [Бурдье, 1993. С. 36, 40].

Предъявляемые к покупателям требования регулируют их поведение, уподобляя их одновременно посетителям библиотек (тишина и аккуратность) и участникам любого обмена товара на деньги. Но это не значит, что книжный магазин – беззвучное место, наполненное запретами и пронизанное контролирующими взглядами персонала.

Как подсказывает предпринимателям руководство Дж. Хитчина [Хитчин, 1999], «живой и интересный книжный магазин» всегда организует интересные мероприятия и вечера. Они могут включать с себя следующие приемы: авторы подписывают свои книги, читают свои произведения, принимают участия в дискуссиях, дают интервью; устраивается презентация новых книг, только что вышедших из печати, в том числе, презентации книг по промыслам, сопровождаемые практической демонстрацией; участие в рекламной компании района, культурные события в сотрудничестве с другими местными, национальными или зарубежными учреждениями культуры; тематические художественные выставки, поэтические вечера, мероприятия, связанные с премьерами в театре или кино; дискуссии на темы недавно опубликованных книг; специальные события для регулярных покупателей.

Книжный магазин в клубе «Проект О.Г.И» занимает особое место среди московских мест продаж книг:

> Заведение с ночным (до четырех утра) книжным магазином, довольно дешевой едой <…> и художественной галереей. Сюда ходит другая публика: относительно обеспеченная «творческая интеллигенция», интернет-тусовка и, главное, молодые люди с культурными потребностями [Курицын, 2000].

Здесь книги из главного блюда переходят в разряд гарнира, а магазин свою главную функцию уступает кафетерию, выставкам-презентациям товаров, способов питания и рецептов, художественным экспозициям, клубам по интересам – здесь собираются любители различных жанров литературы – поэзии, современной или классической, отечественной или зарубежной, политической или мистической, здесь может быть создана романтическая атмосфера чтения в окружении других людей, бесед. Упомянутые в качестве главного атрибута клуба «молодые люди с культурными потребностями» в числе «другой публики» относят «себя к определенной социальной категории и позволяют окружающим соотносить их с этой категорией, избирая, в соответствии с индивидуальными вкусами, определенные символы, стиль одежды, виды пищи, напитков, спортивных развлечений, определенных друзей и т.д., считая их предпочтительными или, точнее, соответствующими своей социальной позиции» [Бурдье, 1993. С. 144], так производится индивидуальный вкус, или габитус.

Распространение симбиоза культуры книжного клуба и системы продвижения книги как товара, похоже, становится знаковым явлением для постсоветского пространства, указывая на некоторые группообразования, формирования специфического интеллектуального сообщества:

> … учредители нового круглосуточного магазина-кафе «Русская книга» (ул. Сагайдачного, 33) — украинская компания «УРА-Книга» и российская «Проект О.Г.И» — хотят, чтобы их заведение стало настоящим книжным «бутиком» и культовым местом для тех, кто не безразличен к новейшей российской литературе XX — начала XXI веков. Главный критерий, по которому произведения будут попадать на полки книжного магазина, — их интеллектуальность [Мокротоварова , 2003].

Книжный магазин воплощает эту специфику городской среды – соприсутствие совершенно разных, подчас контрастных, культурных зон. В пространстве, пронизанном скоростью и движением, коллективном и одновременно чрезвычайно индивидуализированном, он порождает особые символические сообщества. Они лишь отчасти обусловлены географией места проживания, учебы или работы, чем-то напоминая объединения типа клуба, так как здесь анонимность может переходить в своего рода близость и наоборот. На фоне всеобщей неукорененности и атомарности в суете городской жизни вдруг создается новая локальность и идентичность: «наш книжный магазин за углом» или «наш клуб О.Г.И.». Пространственное сближение не обязательно может само по себе иметь результатом социальное

сближение [Бурдье, 1993. С. 36, 40], городская среда, вынужденно помещая людей рядом, разъединяет их, создает невидимые барьеры и пропасти и, одновременно, каналы и инструменты, благодаря которым общности социально близких людей оказываются возможными. И книжный магазин является одним из таких инструментов.

Продавцы и покупатели

По выводам западных исследователей, книжный магазин представляет некую зону морали – здесь редки преступления, воровство практически не случается, разве что в журнальном отделе, где крадут диски из компьютерных журналов, рвут журналы мод, портят скучные журналы вроде «Экономист» [Schwendener, 1995. P. 607-617]. Эти выводы согласуются с данными маркетинговых и консалтиноговых агентств в России – книжные магазины посещает лояльный, редко ворующий покупатель (кражи составляют около 4%), в связи с чем не рекомендуется нести большие затраты на охранные системы. Отметим, что по данным опросов, подавляющая часть покупателей приходит в магазин, не имея цели купить определенную книгу. Всего же, «около трети населения регулярно покупает книги, и этот показатель достаточно стабилен» [Левина, 2005. С. 210].

У «хорошего книжного магазина» имеется много различных задач, включающих в себя следующие: 1) систематизация выставленных книг в помощь покупателю, который предпочитает сам заниматься поиском книг, используя для этого специальные обозначения; 2) особое представление книг, которые покупатель может приобрести под воздействием момента, создание дружелюбной атмосферы по отношению к покупателю, чему способствуют четкие и ясные обозначения, при этом очень важно и содержание обозначений и надписей – таким образом магазин демонстрирует, что он действительно заботится о своих покупателях и готов дружелюбно поговорить с ними один на один; 3) определение местных интересов, местных издателей и местных тенденций, обращая внимание на историю поселения и природу, собрания старых фотографий, различные аспекты местной культуры и вкусов; 4) консультирование покупателей, для которых характерно, что примерно половина из них точно не знает, что они хотят, и многие потенциальные покупатели даже не заходят в книжный магазин, чтобы не выставить себя в глупом виде, поэтому нужно создать удобную и приятную атмосферу для клиента, при этом заботясь о прибыли магазина. Важно сохранить этот баланс, так как покупатель не должен чувствовать, что его просто вынуждают совершить покупку, поэтому он просто опасается задавать вопросы; 5) создание особой интересной и дружелюбной об-

становки, чему способствуют не только широкий ассортимент книг, красиво выставленных на полках, стиль, дизайн и обстановка, приспособления и освещение, но и сотрудники, их желание помочь, их дружелюбие и их творческий подход к продаже книг [Хитчин, 1999].

А вот какие отношения продавцов и покупателей увидели исследователи в саратовском Доме книги:

> Для посетителей и персонала книги являются объектом разных манипуляций. Посетители пытаются интегрировать книги в собственный мир, для чего деформируют (физически – раскрывая, сгибая, щупая), или знакомятся; покупают, крадут, наконец. Персонал, прежде всего, консультанты, «приватизируют» книги, стремясь сохранить за книгами их специфические «книжные» значения, для этого их сортируют по типам, видам и родам, раскладывают по полкам в соответствии с указанными на книгах шифрами, оберегают от слишком рьяных посягательств посетителей, очищают от пыли. Для книг создаются особые условия хранения (расставлены по полкам шкафов, стеллажей и горок) и подобающий интерьер (привозимые вместе с ними рекламные плакаты). Иными словами, если персонал стремится «укоренить» книги в книжном магазине, то посетители – вырвать их из этого контекста. Это – неявное конфликтное поле между двумя группами участников взаимодействия [Харитонова, Шушкова, Щепкин, 2004].

Такие пространственные практики, как включение покупателя в пространство магазина, «обволакивание» его или ее с целью подвинуть к решению о покупке или, напротив, выдавливание нежелательных, неправильных покупателей, как полагает австралийский автор Малькольм Войс, характеризуют торговые центры разного рода. Войс применяет концепцию управленитета Фуко для объяснения того, как могут воспроизводится практики исключения ряда категорий людей из пространства магазина [Voyce, 2003. P. 249–262].

Коммуникативное пространство книжного магазина создается общением покупателей и продавцов, между покупателями, при этом взаимодействие организуется вокруг книг по-разному. Книжный магазин «Москва» одним из первых ввел самообслуживание в 1995 году. Продавцы «тогда говорили: "Ой, как плохо, все ноги оттоптали". Они же стояли не за прилавком, а в залах. Но это удобно. Это в два-три раза увеличивает оборот, потому что книгу надо посмотреть, подержать, полистать...» [Каменева, 2005. С. 222]. Степень свободы покупателя в этом магазине намного выше, чем в иных, менее крупных, провинциальных домах книги.

Продавец книжного магазина – это эмоциональная работа с относительно низким уровнем оплаты при высокой интенсивности

труда, где требуются осведомленность в вопросах литературы, культуры, искусства, здесь складываются умение сортировать книги в соответствии с собственными и цеховыми представлениями об организации знания. Вид деятельности накладывает определенные требования на исполнителей, поскольку «книгопродавец "живет в своей витрине"», а книготорговля – это такой «вид торговли, которая не может быть вульгаризована выше определенного предела» [Оруэлл, 1989. С. 222-227]. Это особый жизненный мир, смысловая сфера повседневности, специфическая для разных типов магазинов. В свое время Дж. Оруэлл, работавший некоторое время продавцом книг, создал свою типологию покупателей, отличающуюся определенной недоброжелательностью к этой «породе» людей. Типы покупателей у него – это а) безошибочные параноики (не способные быть удовлетворенными лунатики), б) ничтожные личности, пахнущие как старый сухарь, в) покупатели, которые заказывают книгу без намерения ее купить, г) люди, вроде милой пожилой леди, желающей книгу для инвалидов, д) покупатели, которые хотят определенную книгу, но не могут о ней сказать ничего, кроме того, что она красная.

Исследования повседневности книжных магазинов не столь распространены, интерес для авторов представляют социальные отношения и символические смыслы этого мира, в частности, эротизация пространства книготорговли. Анализ социальных норм поведения в порнографическом книжном магазине демистифицирует эту «социально нелегитимную» практику [Stein, 1990], где особую важность для покупателей приобретает их собственный гендерный дисплей, при помощи которого женщины и мужчины пытаются управлять впечатлением о самих себе, выбирая товар в «мире для взрослых» [Berkowitz, 2006. P. 583-606].

Итак, есть смысл говорить об определенной культуре куплипродажи книг. В каждом культурном контексте есть и свои особенности [Kusnerz 2002. P. 224-226], но книга как товар диктует определенные стили поведения продавцов и покупателей независимо от страны.

Выводы

В современных условиях книжные магазины по новому вписываются в пространство городской жизни – и на это влияют как глобальные, так и локальные обстоятельства. В глобальной перспективе происходит демократизация книгопотребления, расширение доступа к книгам в самых разнообразных формах, рост значимости крупных торговых центров, которые объединяют в себе разнообразные виды сервисов и широкий выбор литературы, предназначенной для различ-

ных социальных слоев, возрастов, вкусов читающего населения. Торговые центры-дворцы становятся визуально привлекательным объектом городского ландшафта мегаполисов, вытесняя на периферию традиционные элементы повседневной жизни, которые не исчезают насовсем, а просто остаются жить не на виду, все в тех же больших городах – или в городах поменьше.

Эволюция культуры потребления с ее множащимися видами потребления и производства, развитие технологий книгопечатания и дистрибуции, изменение городского пространства и городского сообщества – все это сделало возможным возникновение многообразного по форме, укорененного в городскую культуру, символом которой он является, – книжного магазина. За годы его существования менялось отношение к книге и чтению, уходили в прошлое и возникали заново моды на определенных авторов, однако оставались устойчивыми образы, по которым мы узнаем места продажи книг – алтареподобные витрины, за которыми открываются полки, заполненные книгами, толпы у прилавков или полок, люди, склоненные над каким-то изданием и неторопливо переворачивающие страницы. Сцена может меняться – на первый план может выйти хайтековский дизайн и искусно подсвеченные помещения или магазин вдруг обернется неопрятным складом-развалом или прокуренным кафе, заполненным беседующими между собой посетителями, лавкой магических атрибутов, роскошным бутиком или лавкой редкостей, – но книги и читатели всегда играют в этой драме основные роли.

В перспективе технологии производства и распространение книг как товара с неизбежностью изменят формы потребления. Некие намеки на новые жизненные стили, с этим связанные, дают Интернет с его неудержимой тенденцией расширения доступа к различного вида оцифрованным текстам и изображениям, онлайн-торговля книгами, в том числе электронными (крупнейшие мировые Интернет-магазины Барнс и Ноубл, Амазон давно вовлеклись в этот процесс), электронные специализированные девайсы-читалки, делающие процесс чтения электронных книг не менее комфортным, чем обычных бумажных. Многие производители книг, в этой связи, смотрят с надеждой на «электронные чернила», другие – на OLED дисплеи. И то, и другое пока очень дорого и не всегда удобно в эксплуатации, но можно ожидать их удешевление и появление все более привлекательных функций – как это произошло с компьютерами, мобильными телефонами, mp3-плейерами.

Другой революционный тренд таится в трансформации моделей извлечения прибыли с авторского права и трансформация самого авторского права. По мере того, как широкополосный Интер-

нет перестает быть преимуществом богатых стран и столичных жителей, пожалуй, все очевиднее тот факт, что борьба правообладателей за ограничение копирования и некоммерческого распространения оцифрованных книг терпит поражение. На смену одним, закрытым по обвинению в пиратстве, сайтам, компьютерным технологиям и возможностям приходят другие технологии копирования и распространения содержания (торрент, eMule, ю-тьюб и другие P2P, т.е. peer-to-peer – *из рук в руки* и другие программно-сетевые средства). Эти мощные потоки нерыночного обращения книг в их электронном виде все труднее контролировать правообладателям (крупным корпорациям) – не помогают цифровые метки в проприетарных файлах, охота за пользователями, скачивающими нелегальный контент из Интернета и показательные суды над ними. Авторы и издатели сами все чаще выкладывают на своих ресурсах свои творения для бесплатного или условно бесплатного скачивания. Таким образом, по мере того, как доступ к бесплатному текстовому, визуальному, музыкальному контенту и его удобному и недорогому воспроизведению все более расширяется, численность, состав и цели посетителей книжных магазинов меняются самым решительным образом.

При всех этих тенденциях нас не оставляет уверенность, что книга и книжность в современных пользовательских формах как феномены нового времени воплощают в себе как подвижные, так и устойчивые элементы социальной системы города, соединяющего в себе признаки личной изоляции и одновременно вовлеченности в некие сообщества, не связанные с соседскими или родственными связями. Именно поэтому книжный магазин будет сопровождать жизнь городского человека в обозримом будущем, привлекая наше внимание и постоянно возвращая нас к размышлению об особенностях городской жизни, неразрывно связанной с чтением и потреблением книг. Книга олицетворяет собой культуру Модерна, является ее воплощением, подвергаясь сегодня виртуальным, мобильным перевоплощениям. Исторически вектор эволюции складывается в направлении расширения доступности и дифференциации видов книг и их читателей – книга из библиотек переместилась в книжные магазины, из городов как центров книжности – за их пределы, из более богатых и образованных слоев – к менее богатым, от инканабул – к карманным форматам и виртуальным формам хранения и распространения. Городское пространство с его интенсивными коммуникациями, преимуществами доступа к новинкам и к информационным ресурсам расширяется и превращается в метафору трансформации интеллектуального жизненного пространства современного человека.

Список источников

Бурдье П. Социальное пространство и символическая власть // THESIS. 1993. Вып. 2. С. 137-150.

Бурдье П. Физическое и социальное пространства: проникновение и присвоение // Бурдье П. Социология политики / Пер. с фр. Н.А. Шматко; Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1993. С. 33-52.

Быков Д. Без колбасы // Огонек. 2008. № 37 // http://www.ogoniok.com /5063/9/.

Ваганов А. Законы баллистики для мягкой обложки: Эволюция книжных форм как отражение эволюции способов передвижения в физическом пространстве. 2008-06-05. НГ Exlibris // http://exlibris.ng.ru /kafedra/2008-06-05/4_evolution.html.

Динерштейн Е. Коммерция народного чтения // Отечественные записки. 2005. № 4. С. 197-209.

Каменева М. Разговор с книгопродавцем // Отечественные записки. 2005. № 4 // http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1112.

Курицын В. Из уст в уши. К закрытию сезона в литературных салонах (лето 2000) // Современная русская литература с Вячеславом Курицыным // www.guelman.ru/slava/kuritsin/mn9.htm.

Левина М. Книжный рынок России: мифы и реальность // Отечественные записки. 2005. № 4. С. 210-218.

Литвинцев Г. До последней страницы. Специалисты прогнозируют изменение формата книжных продаж // Российская газета. Экономика Центрального округа № 4586 от 12 февраля 2008 г. // http://www.rg.ru /2008/02/12/reg-chernoz/do_posledn.html.

Мак-Люэн М. Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004. С. 293.

Мокротоварова Т. Бутик, где не купишь одежды // Контракты. Украинский деловой еженедельник. 2003. № 5. Февр. // www.kontrakty.com.ua /rus/gc/nomer/2003/05/35.html.

Оруэлл Дж. Воспоминания книготорговца // Джордж Оруэлл. «1984» и эссе разных лет. М.: Прогресс, 1989. С. 222-227.

Подшибякин А. Книжная розница: нужно быть Наполеоном // Бизнес-Журнал. 2002. № 13. 20 дек.

Пэнсон М., Пэнсон-Шарло М. Отношение к объекту исследования и условия его принятия научным сообществом // Socio-Logos'96: Альманах Российско-французского центра социологических исследований Института социологии Российской Академии наук. М.: Socio-Logos, 1996. С. 39-48.

Романов П., Ярская-Смирнова Е. Фарца: Подполье советского общества потребления // Неприкосновенный запас. 2005. № 43. С. 62-71.

Тараканова О.Л. История книги. М.: Центр дистанционного образования МГУП, 2001// http://www.hi-edu.ru/e-books/HB/index.htm.

Харитонова Т.А., Шушкова Н.В., Щепкин А.Г. Блуждая в мире книг: этнография одного магазина. Эссе по курсу «Социальная антропология современного общества». Саратов, 2004. Рукопись.

Хитчин Дж. Планирование открытия и работы книжного магазина. Будапешт: Центр развития издательского дела (Center for Publishing Development), 1999.

Яцутко Д. Чтиво: Ставрополь. Записки из кельи // Топос от 22.02.2002. http://www.topos.ru/articles/0202/06_08.shtml.

Berkowitz D. Consuming Eroticism. Gender Performances and Presentations in Pornographic Establishments // Journal of Contemporary Ethnography, Vol. 35. 2006. № 5. P. 583-606.

Escarpit R. The book revolution. London: Harrap, 1966.

Freefoto.com // http://www.freefoto.com/preview/1351-06-1?ffid=1351-06-1.

Kusnerz P.A. Old China Bookshop, Peking, c.1933-46 // History of Photography. Autumn 2002. Vol. 26. Issue 3. P. 224-226.

Newcomb L.H. `Social things': The production of popular culture in the reception of Robert Greene's Pandosto // English Literary History. Winter 1994. Vol. 61. Issue 4. P. 753-782.

Powell W.W. The Little Bookshop Around the Corner Isn't There Anymore // Contemporary Sociology. March 1999. Vol. 28. Issue 2. P. 135-137.

Reuveni G. Reading and Consumption. The Birth of Consumer Culture in German Newspaper and Advertising until 1933 // Archiv fur Sozialgeschichte. Friedrich Ebert Stiftung. Juni 2001. Band XXXXI / 2001 – Summaries http://library.fes.de/afs-online/41/41-en04.htm.

Reuveni G. Reading sites as sights for reading. The sale of newspapers in Germany before 1933: bookshops in railway stations, kiosks and street vendors // Social History. Vol. 27. September 2002. Issue 3. P. 273-287.

Schwendener P. Reflections of a Bookstore Type // American Scholar, Autumn. Vol. 64. 1995. Issue 4. P. 607-617.

Stein M. The Ethnography of an Adult Bookstore Private Scenes, Public Places. New York: Edwin Mellen Pr, 1990.

Voyce M. The Privatisation of Public Property: the Development of a Shopping Mall in Sydney and its Implications for Governance through Spatial Practices // Urban Policy and Research. Vol. 21. September 2003. № 3. P. 249–262.

Винил в большом городе: между звуком и зрелищем

Андрей Возьянов

Введение

Город, традиционно описываемый исследователями в категориях мест, пространств, ландшафтов, перспектив, карт, точек зрения, конституируется как преимущественно визуальный объект, ориентированный на окуляроцентричные режимы восприятия. Визуальные репрезентации отдельных мест рассматриваются в качестве основания для построения городских ментальных карт – одного из инструментов освоения городского пространства [Lynch, 1960]; визуальные образы города упоминаются в качестве доминирующей составляющей опыта фланера [Zurier, 2006], медиальная – фильмическая природа современного города выявляется в сопоставлениях города и фильма (в том числе периода немого кино) [Shiel, Fitzmaurice, 2009].

В то же время люди жили и продолжают жить в местах, предлагающих более широкий спектр способов чувственного освоения: горожанин приобретает ощущение города посредством передвижения по нему, через его запахи, тактильные и вкусовые ощущения, а также через многообразие присутствующих в нем звуков. Наряду с окуляроцентричным восприятием («hegemony of vision») в исследованиях все больше внимания уделяется другим перцептивным модальностям: вкусовому, обонятельному и звуковому освоению городского пространства. Так, «космополитичная аура» Санкт-Петербурга описывается как совокупность специфических узнаваемых звуков и запахов [Лапин, 2007], а «кулинарный туризм» анализируется в каче-

стве способа освоения новых мест и незнакомых культур с опорой на вкус [Molz, 2007. P. 10].

Даже традиционные словари для описания города, имеющие отчетливую визуальную составляющую, сегодня обнаруживают свою многополярность. Томас Митчелл, одним из первых обратившихся к мультимодальному исследованию пространства в своей работе «Ландшафт и власть» (1994), выразил мысль о понимании ландшафта как комплексного *(у Митчелла – «мультисенсорного»)* «медиума, в котором зашифрованы культурные значения и ценности» [Mitchell, 2004]. Заданное Митчеллом понимание ландшафта как целостного единства, в котором уравнены в правах оптическое и аудиальное, тактильное и обонятельное, обнаруживает недостаточность существующего в распоряжении современного исследователя набора понятий. Для того, чтобы ликвидировать дефицит аналитического тезауруса, сегодня предлагаются новые термины для обозначения не-визуальных модальностей, вовлеченных в производство городского пространства.

Очевидно, что любой вид восприятия не изолирован, не обособлен, а взаимосвязан с другими перцептивными практиками в целостном опыте переживания городской реальности. Но, подчеркивая комплексность и мультимодальность восприятия города, исследователи все же описывают это восприятие как акцентированное и имеющее тот или иной перцептивный приоритет, так или иначе предлагая модели, в которых иерархически позиционированный визуальный компонент подменяется одной из альтернативных модальностей, например, аудиальной.

Город и аудиальное

Таким образом, в фокусе нашего внимания оказывается теперь уже аудиоцентричное восприятие городского пространства, полностью или главным образом формируемого посредством звука. Фрик Коломбьян пишет о том, что и ключевые социальные теории пространства, и урбанистические исследования демонстрируют нечувствительность к аудиальному измерению городских практик, приводя в пример работы Линча, Ле Февра и Наса с явно пропущенной в их концептуальных построениях звуковой составляющей. В то же время, отмечает автор, сегодня тенденция меняется: появляются первые социальные исследования звуков города, соотнесенных с ними практик поведения и стратегий производства городского пространства. Среди очевидных методологических проблем, с которыми сталкивается исследователь звуков в городе – нехватка или полное отсутствие архивных звуковых данных, ограниченные возможности их фиксации и специфика условий хранения, невозможность достоверной речевой имитации звуковых эффектов [Colombjin, 2007].

Такие исследования чаще всего имеют антрополого-этнографический характер и имеют форму описаний локальных аудиальных (чаще – музыкальных) городских практик. Так, Филипп Больман пишет об уличных музыкантах разных национальностей, осуществивших звуковой раздел улиц «Новой Германии» [Bohlman, 1994]; Клейр Корбоулд – о неповторимом звуковом колорите афро-анклава в нью-йоркском Гарлеме 1920-х годов [Corbould, 2007]; Хелен А. Регис и Шана Уэлтон – о кросскультурных диалогах участников нью-орлеанского джаз-фестиваля [Regis, Walton, 2008]. Описательность большинства исследований, посвященных изучению городских форм существования и организации аудиальности, сочетается с неполнотой аналитического языка и отсутствием концептуальных рамок.

Стремясь восполнить этот дефицит, социальный антрополог Фрик Коломбьян вводит в контекст городских исследований конструкт «soundscape» («саундскейп» или «саундшафт») для обозначения культурных форм и эффектов опосредования восприятия звуков / шумов города. Жители разных городов, отмечает исследователь, проявляют избирательную чувствительность к звукам, видам и степени зашумленности, создавая, таким образом, уникальные акустические конвенции и формируемую на их основе среду. Так, жители Йоханнесбурга жалуются на крики птиц и животных, обитатели Чикаго – на гудение кондиционеров, мюнхенцы – на гул ресторанов. Эти звуки и шумы могут переживаться болезненно, но могут восприниматься как нечто естественное. В частности, так происходит в крайне зашумленных по европейским меркам городах Индонезии. Именно на их примере антрополог изучает состав саундскейпа / саундшафта, в котором выделяет звуки улицы, звуки власти, звуки современности и приватные звуки [Colombjin, 2007].

Билл Фонтана, в отличие от Коломбьяна сфокусировавшийся не столько на культурных режимах аудиального восприятия, сколько на связи между звуком и выявлением, переопределением и оформлением городского пространства, рассуждает о пространственной природе звука и оперирует выражением «звуковая скульптура» (sound-sculpture) [Fontana, 1987]. Звуковыми скульптурами он называет свои аудио-инсталляции, в которых звуки города извлекаются из привычного контекста и помещаются в новую среду. В ходе своих экспериментов Фонтана демонстрирует нетипичную иерархию перцептивных модальностей: городские архитектура и инфраструктура выступают здесь в качестве инструментов для трансляции звуковых объектов, обрамляют и дополняют их. В одном из его проектов при помощи микрофонов и радиоприемников звук шести колоколен Кельна разносился по различным районам города, где был слышим впервые, что вызвало у прохожих дезориентацию в пространстве.

В работах Фонтаны и других авторов мы встречаем различные варианты установления соотношения между звуком и городом, звуком и местом: в одних городское пространство конституируется посредством звука (как в случае с уличными музыкантами, исполняющими песни народов мира), в других город сам выявляет и структурирует звуковые формы (в частности, на вокзальных станциях и в аэропортах с их стабильным специфическим звучанием). Многообразие этих связей и множественность городских локальностей, помноженные на внушительный звуковой арсенал мегаполиса, могут выступать отправными точками в анализе урбанистической аудиореальности.

Звук в городской повседневности

В повседневность города включены самые разные звуки естественного и искусственного происхождения, музыкальные или шумовые по своей природе, дополняющие атмосферу городских локализаций или выступающие основным ресурсом для ее формирования. Фон дорожного движения с его гудками машин, визгом тормозов, стук колес поездов, писк сигнализации или светофоров, гул фабрик и заводов, грохот грома или шум дождя, обрывки человеческой речи и смеха, объявления и, конечно, «сгущения» городской аудиальности – музыкальные магазины, ночные клубы, музыкальные школы, – эти и другие вплетенные в общую чувственную картину города звуки и места образуют мозаичную и многослойную общую акустическую «полость» мегаполиса, его саундшафт.

Звуковое пространство города дискретно и изменчиво. Степень его насыщенности звуками зависит от конкретики места, времени или специфики практик поведения людей, вовлеченных в производство городских звуков, с одной стороны. В какой-то степени звуки города неподконтрольны горожанам, будь то вой сильного ветра, шелест листьев в парке или гул самолетов в аэропорту. С другой стороны, жители мегаполиса постоянно изменяют аудиальное пространство вокруг себя, модифицируя акустическую ситуацию, неизбежно внося вклад в конструирование звуковой реальности города и вступая во взаимодействие друг с другом по поводу звуков и режимов слышимости. В пример можно привести водителя общественного транспорта и его невольных слушателей-пассажиров, которые молча терпят насилие шансона или обращаются с просьбой «сделать потише»; либо местных жителей, которые регулярно вынуждены терпеть громкое присутствие находящихся поблизости музыкальной школы, караоке-бара или дворца бракосочетаний. Звуковая агрессия побуждает людей вводить специальные нормы (административный запрет на громкий шум в ночное время) или изобретать защитные приспособления (звуконепроницаемые офисные окна).

С развитием культуры прослушивания музыки в наушниках и технологий портативных звуковоспроизводящих устройств фрагментированность городского звукового поля усиливается. На улицах города появляются люди, существующие в уникальном, автономном и эксклюзивном пространстве, создателями и пользователями которого они являются. На смену уличным репродукторам советской эпохи, которые невозможно было не слышать, приходят рекламные объявления, от звучания которых можно защититься при помощи наушников.

В гетерогенное и полное разрывов звуковое пространство современного мегаполиса, таким образом, интегрируется огромное количество личных «аудиомест» – фрагментов городского пространства, конституируемых, главным образом, посредством звука, существующих и функционирующих в значительной степени автономно от внешней акустической ситуации. В то же время люди в наушниках вступают в контакт с внешним миром, временно покидая личное музыкальное пространство: например, для того чтобы уточнить у прохожего время или показать, как проехать на вокзал. Условная герметичность обычных наушников делает границу между приватным и публичным аудиальными пространствами проницаемой – сквозь них проникает городской шум, а громкая музыка из плеера может быть слышна окружающим.

Звуковая свобода городского жителя ограничена требованиями шумового этикета мегаполиса. Так, конструктивные особенности современных многоэтажек не позволяют слушать музыку при большой громкости, расплакавшийся в переполненном троллейбусе ребенок должен быть утихомирен, а говорящий в клубе, напротив, должен усилить свой голос, чтобы быть услышанным. Вхождение в публичные аудиопространства, освоение базовых режимов слушания и слышимости является важной составляющей перцептивного опыта горожанина. Выбор бесшумного маршрута, посещение мест с комфортным звуковым сопровождением, передвижение по городу в наушниках или без них в зависимости от района и времени суток – часть аудиальной компетенции жителя современного мегаполиса.

Публичные пространства города, форма которых определяется звуками и шумами, включены в повседневный опыт горожанина. Аудиальная форма может быть обнаружена в мирах городского транспорта, лифтах офисных зданий, в музыкальных школах. Некоторые же звуки города выходят за пределы обыденности таким образом, что и имитация звуков военного времени в мемориальных комплексах, и уникальная акустическая среда зоопарка указывают на существование «других» пространств и – одновременно – являются важным ресурсом для их конструирования.

О музыке

Конституирующую роль в звуковом ландшафте города играли и играют музыкальные звуки – «высокоорганизованная часть» его среды, складывающаяся из звучания радиостанций и записей в публичных местах, творчества уличных музыкантов, напеваемых горожанами песен, звонков мобильных телефонов. По своей звуковой аранжировке каждое из пространств уникально: музыкальный магазин предлагает собственный ассортимент записей, кафе или ресторан управляют атмосферой при помощи музыки, а горожанин ставит на звонок телефона любимую песню. Даже если в нескольких местах одновременно слышна одна и та же мелодия, об этом узнает только идеальный («всеслышащий») обитатель города, да и звуковая атмосфера места неповторима, поскольку складывается из всей совокупности самых разнообразных звуков и шумов.

Но именно звуки музыки, выделяющиеся на шумовом фоне мегаполиса, чаще всего попадают в поле внимания городского жителя и наделяются самостоятельной ценностью и значением. Так, поговорка «Питер будит барабан, Москву — колокол» отразила разницу в акустической атмосфере двух российских столиц начала XIX века. Аудиальные факты из жизни города иногда «застывают» в топонимах. Так произошло в Санкт-Петербурге, где в 1783 году рядом с Владимирской церковью была построена трехъярусная колокольня, и ближайшая улица была переименована из Басманной в Колокольную. В Ростове тоже есть места с музыкальными названиями: переулки Певчий, Гулкий, Мажорные (сразу три) и, собственно, Музыкальный, а также улицы Звонкая, Звучная и целых две Ритмичных.

Среди множественных музыкальных пространств Ростова-на-Дону – центральный рынок с его языковым многоголосием, назойливыми рекламными сообщениями и трамвайными звонками; вечно празднующая набережная с поп-хитами, кричащими из прогулочных катеров; площадка перед «публичкой», которая днем тихо шуршит скейтами и роликами, летним вечером расцветает звуками сальсы, а ближе к ночи – разражается резкими техноритмами открытой дискотеки; фонтан с классической музыкой на Театральной площади; мобильные пространства безымянного, но всем известного уличного гитариста и разъезжающего по городу музыкального авто с рекламой местной радиостанции «Радио Ростова звучит как...».

Музыкальный образ города складывается из случайных музыкальных событий и мест, устойчиво связанных с музыкой, и непрерывно меняется вместе с ними. Историчность присуща городу музыкальному, поскольку из всех звуков музыка, может быть, наиболее локализована во времени. В памяти горожан сохраняются оркестры в городских садах, песни советской эстрады на танцплощадках, радиорепродук-

торы на уличных столбах. В этом же ряду стоит и ушедшая в прошлое практика коллективного прослушивания пластинок во дворах: именно к ней отсылают, например, название и интерьер ростовского кафе «Старый дворик».

У звукозаписывающих и звуковоспроизводящих устройств – своя история, впрочем, временами неразрывно переплетенная с историей города и его звуковой архитектурой. В обиход вводились, а затем морально устаревали некогда ультрамодные устройства и технологии, места их хранения, стратегии использования и способы освоения городского пространства посредством звука. В прошлое канули диковинные ныне музыкальные цилиндры, катушки (бабины), «эйт-треки» и даже аудиокассеты. А вот виниловые пластинки вопреки многочисленным пессимистичным прогнозам не исчезли. Став в начале XX века частью жизни мегаполиса, винил и по сей день присутствует в нем: аудиально – в ночных клубах и квартирах коллекционеров / аудиофилов, зрительно – в интерьере, в декоративной символике или же в историях и легендах, становясь частью городской памяти и воображения.

Виниловые аудиоместа в исторической перспективе

Звуковая история места – один из способов существования городских пространств во времени. Иногда она становится основным источником для приписывания значений той или иной городской локальности.

Аудиоместа большого города создаются по-разному и могут иметь различную продолжительность существования. Одни из них существуют годами, другие возникали однажды на очень непродолжительное время, перекочевывая потом в пространства городской памяти и воображения, как это произошло, например, с концертом Элтона Джона на Театральной площади моего города.

Как и в других больших городах, в Ростове-на-Дону есть особенные пространства, атмосфера и звуковая история которых сформировалась под влиянием винила. Прежде всего, это постоянное место сбора продавцов-коллекционеров пластинок. Одним из его современных ориентиров служит средняя школа № 80, однако двадцать лет тому назад напротив этой школы находился магазин фирмы «Мелодия», где продавались пластинки – на тот момент главный легальный аудионоситель.

Еще в начале девяностых магазин работал, а бок о бок с ним каждый день появлялись конкуренты – торговцы пластинками. Ростовчане, заставшие времена расцвета виниловой торговли, рассказывают, как эти продавцы выстраивались вдоль магазина, расставляли на цоколе и прямо на асфальте пестрые вереницы пластинок, защи-

щали коробки с товаром от непогоды полиэтиленовой пленкой. Импровизированная уличная торговля по бойкости не уступала, а по ассортименту уж точно превосходила возможности музыкального магазина. А само место за длительное время своего существования стало эпицентром регулярных встреч любителей винила, обмена мнениями, впечатлениями и новыми записями, в том числе раритетами. Когда магазин закрыли, а винил перестал быть главным аудиальным медиумом, виниловый сход начал функционировать в новом ритме – каждую субботу после обеда.

Прочная ассоциативная связь этого места и виниловой музыки сформировалась не только у постоянных посетителей музыкального магазина и любительской «сходки». Неспешность главного городского бульвара, на котором «осел» винил, ежедневно привлекала в данное место множество «транзитных» пешеходов и фланеров и, конечно, располагала к замедлению и ослаблению времени в этом месте. А накопление прошлого, в свою очередь, способствовало сохранению виниловой атмосферы и обособлению этого пространства.

Точка сбора виниломанов рядом с несуществующей «Мелодией» функционирует как пространство особого рода, отличное ото всех других мест Ростова – устойчивая городская гетеротопия [Фуко, 2006]. Пластинки здесь аккумулируют бережное отношение к музыкальной истории Ростова-на-Дону, да и саму городскую историю прослушивания музыки – тоже, консервируют антикварное виниловое время и производят коммуникативную, субкультурную, медийную и коммерческую аудиореальность все еще действующего магазина «Мелодия». Гетеротопичность места встречи виниловых коллекционеров и торговцев проявляется не только в его ностальгической атмосфере, отделяющей посетителей от повседневности и ослабляющей ощущение текущего времени. Эта городская локализация носит полузакрытый характер: всякий имеет возможность купить пластинку с импровизированной витрины, но не каждому завсегдатаи и коллекционеры расскажут о тех записях, что лежат у них дома в ящиках, об истинных именах продавцов, именующих себя по прозвищам, о тех «обычных» профессиях, которыми они заняты по будним дням. Как и всякая гетеротопия, ростовский виниловый сход вводит посетителя в игру включения – исключения, накопления – траты, присутствия – отсутствия.

Однако аудиальность этого места призрачна: винил здесь услышать нельзя, можно лишь увидеть и повертеть в руках пластинку, а содержимое выставленных коробок воспринимается как обложка, постер из прошлой эпохи. Пластинки приобретаются и дарятся в качестве сувенира тем, у кого дома не на чем их слушать, но есть куда поставить.



Ил. 1. Место встреч ростовских любителей и продавцов винила на ул. Пушкинской.

Несколько слов об ожидаемой ностальгии как модальности памяти и воображения городских виниломанов. Сообщество, скрепленное пристрастием к винилу, воспринимаемое сторонним наблюдателем как ретроспективно ориентированное и даже потерянное во времени, себя таким может и не ощущать, о чем свидетельствуют высказывания одного из коллекционеров:

> *Информант:* В том, что мы здесь собираемся, нет ничего сентиментального. Мне просто нравится виниловый звук, потому что это классное качество.
>
> *Интервьюер:* А вновь вышедшую музыку вы слушаете на CD?
>
> *Информант:* Я вообще не слушаю компакт-диски. Стараюсь новую музыку тоже найти на виниле, сейчас это возможно (Интервью 1).

Несмотря на такую не-сентиментальную автохарактеристику представителя ростовских виниломанов, ростовчане приписывают данному месту сентиментально-ностальгические характеристики 60-х, 70-х, 80-х годов, уголка, нетронутого временем с эпохи расцвета и массового потребления винила как качественного и эстетически предпочтительного аудионосителя. *«Для меня в 90-е это место было картинкой из 80-х… Я сразу вспоминала школу»* (Интервью 2).

Иного рода отношение ко времени и к винилу можно наблюдать на «барахольных» рядах, вытягивающихся вдоль главной трамвайной артерии Ростова-на-Дону – улицы Станиславского. На утилитарных «барахолках» возле Центрального рынка имеет место своеобразная свалка памяти (или городская амнезия?), где виниловые пластинки – часть

скопления старых и ненужных вещей. Здесь они лишены коллекционной сущности и уравнены в правах с остальным «хламом», в отличие от точки на Пушкинской, эти пластинки собраны безо всякой системы, не соблюдена хронология их издания, отсутствует дифференциация по стоимости. В итоге отечественные Пугачева и Аквариум могут соседствовать с зарубежными Doors и Led Zeppelin, 1969 год с 1987-м, – и все пластинки стоят одинаково по 5 рублей. Их продавцы за символическую плату избавляются от прошлого в символическом для торгового Ростова месте – беспамятном и пронизанном движением – в перерывах между проезжающими трамваями торговля ведется прямо на рельсах.

Новый винил: товар, знак, зрелище

Виниловые места не обязательно соотносятся с ретроспективным видением городского времени, иногда они, напротив, стараются это время опередить. С начала 2000-х годов в российскую дистрибуцию выпускается все большее количество пластинок с актуальной, преимущественно электронной музыкой. Так, в 2006 году только в Москве было продано более десяти тысяч пластинок, говорит Виталий Назьмин [Цит. по: Михалева, 2006]. В Ростове-на-Дону продажа пластинок ведется в супермаркетах медиа-продукции сетей «Рио» и «Media Markt» (до 2007 года – также в одном из магазинов сети «Music Star»). На виниле представлены новые релизы сверхпопулярных групп и исполнителей (Coldplay, Radiohead), а также альбомы из разряда рок-классики (Black Sabbath «Paranoid», Deep Purple «Machine Head»). Средняя цена пластинки (750-800 рублей) при 220-240 рублях за компакт-диск выводит этот звуковой носитель за пределы массового потребления.

В начале 2000-х годов пластинками торговали также в молодежном магазине «Фарватер», наряду с аудиопродукцией предлагающем одежду, обувь и аксессуары «ультрамодного» спектра. И здесь винил не был единственным аудионосителем: на витринах пластинки соседствовали с компакт-дисками. Однако и те, и другие содержали музыку, эксклюзивную для города. Наиболее представлены на пластинках были стили minimal-techno, idm, dubstep, входящие в круг «умной» и даже «камерной» электронной музыки (intelligent techno).

Такой винил состоял в особых отношениях с темпоральностью города: его потребление было стремлением в ближайшее будущее или в то настоящее, которое только что наступило, став «передним краем» городского времени и стиля жизни. Постоянные клиенты «Фарватера», по рассказам консультантов, не изменили любимому аудионосителю, а перешли к новому, более современному способу покупки – Интернет-заказам, сделав виниловое потребление транслокальным.

Парадоксальным образом, в современном городе винил «для всех», как правило, существует лишь визуально. Имея облик чарующей вин-

тажной вещицы, винил представлен в городском ландшафте и зримо, и зрелищно: придавая интерьерам домашний уют, предметам одежды – стилевую завершенность, а витринам – смысловую наполненность.

Стилизованный под пластинку логотип сети популярных в городе музыкальных магазинов «Рио» (кстати, никогда не имевших в ассортименте записей на виниле) ненавязчиво включает виниловую тематику в консюмеристские пространства Ростова-на-Дону (*Ил. 2*). Подростки, стремящиеся выглядеть в стиле «хип-хоп», в майках с изображением пластинок выступают невольными пропагандистами аудионосителя с историей. Старинного вида проигрыватель в кафе «Старый дворик» беззвучно присутствует у входа в заведение, тем не менее, выполняя свою функцию ретро-зрелища под звуки радиостанций FM-диапазона (*Ил. 3*).



Ил. 2. Вывеска музыкального магазина «Рио» на ул. Социалистической.

Винил не просто вторгается в смежные со звуком области восприятия, но и конвертируется в зримость и зрелищность, вытесняется за пределы исходного назначения – быть устройством звуковоспроизведения, – превращаясь в деталь интерьера, предмет старины или удачный предлог для начала ностальгической дискуссии.

Виниловые персонажи

Коллекционеры

Винил вводит в городской репертуар новых персонажей. Среди них коллекционеры раритетного винила – продавцы и покупатели «городского времени», действующие по обе стороны несуществую-

щего ныне, но воображаемого в процессе общения прилавка. Одетые в несовременные короткие куртки и неохотно комментирующие собственный специфический род занятий, они случайно или намеренно апеллируют к социальной памяти городского сообщества, которое воспринимает их как «*пришельцев из прошлого*» (Интервью 4), «*странных старичков*» (Интервью 5). Уже самим фактом своего присутствия они наполняют городские пространства прошлым. Недостаток информации о собирателях винила, усиленный экзотичностью этого образа, превращает их в городские легенды: так, Алексей Мунипов пишет о тех, кто отдает месячный заработок за редкую позицию винилового каталога или оставляет из-за всепоглощающего увлечения привычное место работы. Такие истории обычно лишены биографической конкретики, как и многие истории о неудачниках в большом городе. Легенды помещают своих героев в особые места: достоянием городского воображения являются и полумифические засекреченные квартиры, где «нет места, а есть только тропинки — к кровати, проигрывателю и электрооргану» [Мунипов, 2007].



Ил. 3. Фрагмент интерьера кафе «Старый дворик».

Аудиофилы

Другие создатели звуковой среды города, а точнее, его отдельных, географически разреженных локальностей – аудиофилы, любители винилового звучания, обладатели и пользователи домашних виниловых проигрывателей. Они исключены из винилового мира улицы, но сохраняют причастность к формированию «звуковой архитектуры» города. Звуковое «самообслуживание», производство аудиопространства «для себя» успешно вошло в урбанистический опыт в последней

четверти XX века. Эти приватные территории тоже вводятся в звуковой ландшафт мегаполиса: внимательные горожане периодически замечают неуловимую притягательность размытых звуков музыки из-за межквартирной перегородки или случайно запечатлевшегося отрывка мелодии из раскрытой на секунду двери. Иными словами, существование таких маргинальных обитателей и их неразъясненных, публично неосвоенных акустических «ниш» в теле города – еще один элемент его аудиального образа, сопряженного с работой воображения. Мишенями и эффектами городского воображения становятся якобы услышанные мелодии, качества, *ложно или оправданно / достоверно* приписываемые музыке и меломану «за стенкой».

Диск-жокеи

Людьми публично звучащего винила, конечно, являются диск-жокеи, профессиональные организаторы клубного пространства и создатели «сиюминутных гетеротопий» – вечеринок. Клуб вмещает и посетителей, и исполнителей, но организаторами, устроителями такого пространства выступают ди-джеи – компетентные «персонажи» с особыми ремесленными навыками и виниловыми «инструментами» (слипматами, сумками для винила и др.), позволяющими дирижировать атмосферой.

Манипуляции ди-джея с винилом могут включать технику сведения отдельных треков в микс, использование характерных звуковых приемов (в частности, скретчинга) или же песен, опознаваемых как «музыка с пластинки». В числе его задач – точная и быстрая конвертация настроения аудитории в музыкальное повествование, а среди его проблем – ограничения в репертуаре, вызванные дефицитом выпускаемой на виниле продукции *(«Насколько я знаю, например, трансовые (trance) ди-джеи свою музыку играют с компакта, потому что она постоянно выходила только на CD» (Интервью 3)*; существованием в небыстром времени лицензионной музыки: «*Если вы "виниловый" ди-джей, то должны терпеливо ждать релиза трека на пластинке прежде, чем вы сможете сыграть его на вечеринке*» [«Пост-виниловая эра»].

Статус винилового ди-джея – повод для повышения требований клубного слушателя к качеству музыки, к точности создаваемой атмосферы, и, возможно, к базовым профессиональным компетенциям диск-жокея: навыки игры с пластинки специально оговариваются в диджейском резюме, в отличие от навыков обращения с компакт-диском. Заводя пластинки с чужой музыкой, отбирая, комбинируя и выстраивая последовательности, каждый ди-джей в итоге рассказывает свою собственную звуковую историю.

> Подобно шеф-повару, который для своего пирога срывает всего лишь одну совершенную вишню с каждого дерева, ди-джей

> концентрирует работу и талант сотен музыкантов в одном сжатом представлении [«Нелегкое дело ди-джея»].

Зачастую границы между виниловыми нишами горожан оказываются проницаемыми. Так, ди-джей за пределами клуба может опознавать себя в качестве любителя винилового звучания:

> Иногда покупаю пластинки просто для себя, чтобы никогда не поставить их в клубе, и слушаю дома. А в компакт-дисках я слышу какой-то металлический оттенок звука (Интервью 3).

При этом актуализируется не столько профессиональная история работы с винилом, а например, история виниловой социализации в семье:

> У моих родителей был виниловый проигрыватель, и я с детства слышал этот звук <…> Я и сейчас слушаю дома пластинки с совсем другой [не-клубной] музыкой – импрессионистов Сати, Дебюсси (Интервью 3).

Территория винилового звука

Собственно винил как музыка, а не просто видимость грампластинок и их конвертов существует за пределами агрессивного звукового климата улиц. Территория винилового звука в городе – это пространства приватные и полупубличные: квартиры и клубы. Размер, вес, питание от сети сводят на нет мобильность виниловых проигрывателей, перенос которых затруднен, а воспроизведение звука во время передвижения и вовсе невозможно. Статичная конструкция винилового пространства противостоит портативным мирам «музыки с собой» (плеерам разных видов) – винил не поддерживает скорости современного города, он ближе к его звуковой архитектуре, сложившейся в середине прошлого столетия, чем к вибрирующему ритму городского движения эпохи новых медиа.

Инаковость виниловой музыки дает ей широкий доступ в замкнутые пространства городских клубов. Являясь особенной частью *городского досуга / опыта горожан,* клуб рассматривается исследователями как основной ресурс формирования транснациональной молодежной культуры [Field, 2008], ключевое для современности место потребления наркотиков [Sanders, 2005], сфера выражения культурных и социально-политических протестов [Egan, 2006].

Основная форма функционирования клубов – вечеринки, иногда проводимые с привлечением винила в качестве ключевого стилистического атрибута, успешно создающего особое настроение благодаря недостижимому для других аудионосителей сочетанию визуальных и акустических характеристик. Будучи «местами без времени» [Sanders, 2005], вечеринки замещают собой повседневную реальность, погружая участников в атмосферу других эпох, других стран, других сообществ.

С некоторой долей условности можно противопоставить эти территории коллективного настроения и действия, создаваемого, прежде всего, музыкой, изолированным аудиофильским «тайникам» большого города. В отличие от единолично обживаемых виниломанами островов-квартир, клубное пространство формируется иначе. Винил может быть частью концепции клуба и превращен в зрелище особого рода (видимость игры «с пластинки», упоминание винилового формата на афише, включение в интерьер):

> Само наблюдение за процессом рождения звука при проигрывании винила содержит в себе что-то особенное, привлекательное (Интервью 3).

Но зачастую в клубе винил просто звучит, как это происходит, например, в ростовском андерграундном клубе «Подземка» с его аскетичными лампочками без абажуров и грубо оштукатуренными стенами. В таких случаях винил – это проигрыватель, и пластинки, лишившиеся, наконец, дополнительных значений и функциональных метаморфоз, просто наполняющие клубное пространство музыкой.

* * *

Несмотря на долговечность старой и широкий выбор новой воспроизводящей аппаратуры, на поддерживаемую и иногда коммерциализируемую виниловую ностальгию, на локальную модность и относительную доступность пластинок, винил современному горожанину кажется слишком сложным и требовательным в эксплуатации:

> Все-таки неуклюжая это была штука – проигрыватель. Громоздкая и капризная, задеть его не моги, пластинку поцарапает. И шуршали эти пластинки, и скрипели по-всякому и тоже были капризны, пыль протирай, в конвертики убирай [«Можно …»].

Обратная сторона удовольствия от органичного и захватывающего винилового звучания – повседневность терпеливого ухода и бережной осторожности, фактически исключающая пластинки из арсенала актуальных для современного городского слушателя форматов воспроизведения звука.

Винил, неожиданно оказавшийся в большом городе в роле медиального долгожителя, изменил свою роль. Теперь он является эффективным средством перехода в другие – стилистически ориентированные, маргинальные, экзотические и гетеротопические – пространства и инструментом их сборки. Балансируя между статусами культурно-ассоциированной картинки и эстетизированного аудионосителя, винил параллельно существует в визуальном и аудиальном измерениях городской реальности таким образом, что, продолжая свое движение на месте, блестящая черная пластинка рождает образы и мелодии...

Список источников

Лапин В. Петербург: Запахи и звуки. СПб.: Европейский дом, 2007.
Михалева П. Не вините винил // Ведомости. 2006. № 57 (1584) // http://www.oboandhobos.ru/info/razvedka/logo по состоянию на 04.02.2009.
Можно сказать, мемуары // http://melilot-09.livejournal.com/275093.html по состоянию на 04.02.2009.
Мунипов А. Пластмассовый мир победил // Афиша. 2007. Окт. С. 60-66.
Нелегкое дело ди-джея // http://www.sound-makers.org по состоянию на 04.02.2009.
Пост-виниловая эра // www.rave.com.ua по состоянию на 04.02.2009.
Фуко М. Другие пространства // М. Фуко. Интеллектуалы и власть. Ч. 3. М.: Праксис, 2006.
Bohlman Ph. Music, Modernity, and the Foreign in the New Germany // Modernism / Modernity. Vol. 1. 1994. № 1. P. 121-152.
Colombijn F. Toooot! Vroooom! The Urban Soundscape in Indonesia // Journal of Social Issues in Southeast Asia. Vol. 22. 2007. № 2. P. 255-273.
Corbould C. Streets, Sounds and Identity in Interwar Harlem // Journal of Social History. 2007. № 3. P. 859-894.
Egan R.D. Resistance under the Black Light // Journal of Contemporary Ethnography. 2006. Vol. 35 (2). P. 201-219.
Field A. Dance Club Spaces and the Construction of Class in Shanghai // China: An International Journal. 2008. Vol. 6 (1). P. 18–43.
Fontana B. The Relocation of Ambient Sound: Urban Sound Sculpture // Leonardo. 2008. Vol. 41 (2). P. 154-158.
Lynch K. The Image of the City. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1960.
Mitchell W.J.T. Landscape and Power. Chicago: University Of Chicago Press, 2002.
Molz J.G. Eating Difference: The Cosmopolitan Mobilities of Culinary Tourism // Space and Culture. 2007. № 10. P. 77-93.
Regis H., Shana W. Producing the Folk at the New Orleans Jazz and Heritage Festival // Journal of American Folklore. Vol. 121. 2008. № 482. P. 400–440.
Sanders B. In the Club: Ecstasy Use and Supply in a London Nightclub // Sociology. Vol. 39. 2005. № 2. P. 241–258.
Shiel M., Fitzmaurice T. Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context. Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell, 2009.
Zurier R. Picturing the City: Urban Vision and the Ashcan School. Berkeley, California: University of California Press, 2006.

Описание полевых данных

Интервью 1. N., муж., около 40, виниломан и продавец пластинок с 20-летним стажем.
Интервью 2. А., жен., 32, преподаватель вуза.
Интервью 3. Евгений, 26, резидент одного из ростовских клубов, исключительно «виниловый» диск-жокей.
Интервью 4. И., жен., 24, продавец-консультант магазина одежды.
Интервью 5. С., муж., 20, студент.

Мода и визуализация социальных изменений в современном российском городе

Ольга Гурова

В опубликованном в мае 2008 года рейтинге самых стильных точек мира Москва, «один из самых дорогих городов, в котором живут невероятно красивые люди, и уровень жизни достаточно высок» [Опубликован рейтинг… 2008], не попала, как и какой-либо другой российский город – отмечают эксперты RBC и задаются вопросом: проезжая по улицам своего населенного пункта, какую картину вы видите за окном своего автомобиля – похожую на страницу из глянцевого журнала или на сцену из советского кинофильма?

В статье я предлагаю ответить на этот вопрос, посмотрев на улицы Петербурга. В мае 2007 года мы, преподаватели и студенты Санкт-Петербургского филиала Государственного университета – Высшей школы экономики, вышли на Невский проспект – центральную улицу города, которая была и остается одной из точек притяжения как для ритейлеров – продавцов одежды, так и для покупателей – горожан и гостей города, которые приезжают сюда, в том числе, для походов по магазинам. Исходя из того, что «хороший социологический глаз – это обязательная компетенция социолога» [Штомпка, 2007. С. 2], мы решили запечатлеть на фотопленку прохожих таким образом, чтобы представить, во-первых, максимально возможное количество вариаций стилей

одежды, и, во-вторых, самые типичные стили одежды, которые можно увидеть на улицах города. Фотографии делались на Невском проспекте и прилегающих к нему улицах [1].

Вопрос, который интересовал меня при разглядывании сделанных фотографий, – как изменилась городская мода и что (пост=)советского осталось во внешнем виде современных горожан? Говоря социологическим языком, меня интересовала трансформация стилей одежды, а также тех социальных характеристик, которые они отражают. Если, следуя идеям семиологов, рассмотреть одежду как систему знаков, в работе меня будут интересовать два измерения: во-первых, как изменяется модный знак и как изменяются заложенные в нем значения при переходе от советского общества к современному. Во-вторых, каким образом модный знак отражает социальные изменения в современном большом городе и что это за изменения. К сферам, изменение которых меня интересует, относится культура потребления, стили одежды, социальная структура, гендерный порядок, возрастная дифференциация.

Первая часть работы посвящена социокультурному контексту и понятию потребительской революции, с которой Россия столкнулась в 2000-е годы и которая оказала влияние на культуру потребления и современную моду. Вторая часть посвящена рассмотрению черт (пост-)советской моды. В третьей части я обращусь к чертам современной городской моды и социальным характеристикам, которые были отражены в фотографиях. Стоит отметить, что данная работа представляет собой первые наброски по данной теме, которая требует дальнейшего систематического осмысления.

«Потребительские революции» и мода

Понятие *«потребительская революция»* исследователи используют по отношению к странам, которые перешли от потребления в рамках необходимости (necessary consumption) к чрезмерному потреблению (overconsumption). В качестве примеров стран, переживших или переживающих потребительские революции в последнее время, как правило, приводят бывшие социалистические страны (Венгрия, Эстония), страны Латинской Америки (Бразилия, Аргентина) и азиатские страны (Китай) [Löfgren, 1994. P. 51; Davis, 2000; Caldwell, 2002; Cweglédy, 2002; Fehérváry, 2002; Patico, Caldwell; 2002].

---

[1] Исследование, посвященное торгово-развлекательным комплексам в Санкт-Петербурге, было организовано Андреем Таршиным (ISIC-Питер), Еленой Богдановой и Ольгой Гуровой (Санкт-Петербургский филиал Государственного университета – Высшей школы экономики) в мае 2007 года. Мне искренне хотелось бы поблагодарить всех участников этого проекта, а также Ольгу Ечевскую за комментарии к работе.

Когда исследователи говорят о потребительских революциях, они имеют в виду политические изменения, переход от социализма к постсоциализму и капитализму, от социалистических экономик к рыночной экономике; развитие рынка розничной торговли и инфраструктуры потребления; формирование среднего класса; рост индивидуального потребления [Davis, 2000; Caldwell, 2002; Cweglédy, 2002; Fehérváry, 2002; Patico, Caldwell, 2002]. Исследователи также выделяют следующие тенденции в культуре потребления, определяющие изменения в стилях одежды: вестернизация, глобализация и локализация, все большая визуальная дифференциация стилей одежды, доминирование «экономики новизны», отвечающей за быструю смену вещей и стилей [Штомпка, 2007; Ильин, 2008].

Россия столкнулась с потребительской революцией в последние годы, и вопрос состоит в том, как происходящие макроизменения отражаются на культуре потребления. Практики социалистической культуры одежды, а также ценности советской моды должны изменяться или исчезать. Однако культурные антропологи доказали, что вещи и модели потребления, которые циркулируют через объединенные денационализированные каналы, не могут просто вторгнуться в «коренные» культуры и целиком и полностью преобразовать локальную повседневную жизнь. Скорее, потребители приспосабливаются к новым тенденциям в сфере потребления через ставшие им привычными практики [Patico, Caldwell, 2002. P. 286]. Поэтому современная культура потребления состоит из сосуществующих старых и новых стилей и вещей, особенности которых я предлагаю рассмотреть далее.

Семиотический багаж

Наиболее подходящей категорией для описания изменений в сфере потребления является категория *«семиотического багажа»* [Dickinson, 2008], подразумевающего те следы советской культуры – знаки, значения, и практики, – которые все еще существуют в современной культуре. Несмотря на вестернизацию и прочие глобальные тенденции, мода не является полностью вестернизированной в России – одежда все еще содержит в себе семиотический багаж прошлого: что же это за багаж?

Российская писательница и эссеист Линор Горалик отмечает, что в 1990-е годы существовало четкое различение – одет ли человек по-советски или не по-советски:

> «Советскость» в костюме прочитывалась моментально и безошибочно, слово это в 1990-е имело однозначно ругательный смысл (параллельно с тем, как слово «советский» приобретало столь же негативный смысл в политической и иной речи): «...принцип различия был – одет по-советски / не по-советски» [Горалик, 2007].

Негативный оттенок в характеристике «одежды по-советски» сохраняется до сих пор.

В 1990-е годы формировалась переходная культура одежды, которую можно назвать *«гибридной»* [1]. Исследователи пишут о ряде ее характеристик. Например, культуролог Ольга Вайнштейн говорит о черте, которую она называет *«разряженностью»*. Вайнштейн отмечает, что «разряженная дама – постоянно действующий персонаж в истории российской моды, героиня фельетонов и вместе с тем абсолютно жизненный тип» [Вайнштейн, 2000. С. 35]. Современная дама, которую можно отнести к этому типу, предпочитает натуральные материалы для верхней одежды – кожаные куртки, сумки, обувь, одежду из натурального меха. На фоне внимания всего мира к экопотреблению, активности «зеленых» и прочих организаций по этичному потреблению, российские модницы могут выглядеть одетыми «по-варварски». Помимо натуральных мехов, они активно используют ткани с эффектом блеска, синтетику, отсылающую к эстетике вещей 1990-х годов. В 1990-е годы, по словам Вайнштейн, подобный стиль получил в обиходе название «навороченный» [Вайнштейн, 2000. С. 35]. Мы называем этот стиль *«парадным»,* стараясь снять негативные коннотации и подчеркивая нарядность одежды и смыслы, заключенные в ней в 2000-е годы.

«Парадный» стиль подходит не только для праздника, но и для работы. Как известно, в советской культуре существовало четкое представление о том, куда и какую одежду носить. Одежда классифицировалась по трем основаниям – домашняя, рабочая и праздничная. При этом рабочая одежда обычно мало чем отличалась от праздничной (последней достаточно было быть просто новой вещью, которая после нескольких выходов «на праздник» переходила в класс одежды для работы). Работающие женщины привыкли к парадности рабочей одежды. Возможно, отчасти потому, что поход на работу воспринимался как «выход в люди», а идеология моды предписывала советскому человеку предъявлять в публичной сфере готовую к оценке личность, «красивую во всем», в том числе и в одежде. Показательный пример – сюжет из фильма «Служебный роман», в котором главная героиня после своего превращения из бесполой начальницы – «синего чулка» – в начальницу-женщину начинает одеваться на работу «как на праздник», что вызывает одобрение и позитивные оценки в культуре.

Другая характерная черта стиля, пришедшего из постсоветского периода, все еще заметная на улицах города – *эклектика, отсутствие стилевого единообразия*. Представители «гибридной» культуры

---

[1] Категорию «гибридности» по отношению к постсоветскому стилю одежды использует историк Анна Тихомирова [Тихомирова, 2007].

одежды, которых можно встретить на улицах города сегодня, служат примером «выставки не связанных между собой вещей» – старомодный двубортный серо-болотного цвета плащ, белые кожаные сапоги с заостренными носами, большой белого металла перстень и полиэтиленовые пакеты в роли дамской сумочки. Линор Горалик говорит о свойственном постсоветской культуре распаде языка одежды и власти «одной вставляемой модной вещи» вызывать такую эклектичность. (В описанном случае на роль такой вещи претендуют белые сапоги.) Причинами эклектичности, наиболее характерной для культуры одежды 1990-х годов, стали дефицит, сильно ограничивший возможности «высказываний» через одежду, и последующий поток китайско-турецких товаров; появление новых правил использования одежды, диктуемых зарубежными журналами и каталогами; параллельное ослабление старых правил и прекращение использования некоторых привычных видов одежды, например, школьной формы, и стремление к индивидуальности [Горалик, 2007a].

Не устоявшиеся правила, растущие турецко-китайские рынки и вместе с ними импортный ширпотреб привели к тому, что появились новые, по большей части привезенные из-за границы вещи, которые использовались по старым правилам. Подобное явление описывал антрополог Сергей Ушакин: в его исследовании стиля жизни «новых русских» 1990-х годов студенты, дающие им описания, изображали неизвестную им «мифическую» ситуацию (к таковым относились модели «роскошной» жизни) посредством перевода незнакомых явлений на язык знакомых образов и метафор. Описания нового стиля жизни представляли собой попытки втиснуть незнакомый объект в знакомые рамки описания [Ушакин, 1999].

Эклектика касается не только стилей и фасонов вещей, но и цветов. Характерно, что в одежде женщин нет ярких красок. По канонам советской моды фавориты в одежде – нейтральные оттенки (серый, бежевый, черный, белый) [Бартлетт, 2007]. Ольга Вайнштейн отмечает, что принцип подбора ансамбля по цвету был основным стилистическим параметром, другие параметры – фактура, фасон, жанровая уместность вещей были не так важны [Вайнштейн, 2000. С. 31].

Тесно связана с используемыми цветами следующая характеристика стиля одежды по-советски – *невыделенность*. Российский исследователь Татьяна Дашкова применяет к советской одежде категорию *«незаметной незаметности»*, описывающей стиль, для которого характерны невыразительные и будничные вещи, нейтральные цвета, отсутствие каких-либо выделяющихся деталей. В советском довоенном и военном контексте, к которому обращается Дашкова (эту характеристику в большей или меньшей степени можно распространить на весь советский период), такая

незаметность была маркером чистоты и неиспорченности, преданности человека коллективу [Дашкова, 2007].



Ил. 1. Невыделенность соседствует с современными тенденциями в дизайне одежды и тем самым демонстрирует «гибридность» стиля.

Женщины на фотографии (*Ил. 1*) выглядят как близнецы: бежевая до середины бедер парка или плащ, пастельных тонов кофты или свитера с горловиной-стойкой, черные строгие зауженные книзу брюки излюбленного силуэта (который, по легенде, «не полнит»). Различия находим только в цвете волос (который тоже вполне типичен – блондин или мохогон), аксессуаров – вечный, до сих пор не изживший себя типичный спутник женщины полиэтиленовый пакет в одном случае, или золотая, отсылающая к приведенным выше рассуждениям об эклектике, сумка во втором случае. Эклектичность наряда налицо – повседневная куртка, золотая сумка и выбивающиеся из «ансамбля» белые с тупым носком туфли на каблуках.

Фотографии позволяют отметить ту характеристику советской одежды, которую Ольга Вайнштейн назвала *герметичностью*: одежда должна быть застегнута на молнии или пуговицы, должна окутывать тело как панцирь, за который можно спрятаться, стоя на остановке, в очередях или, в советском контексте, «укрывшись» от политической системы.

Склонность к герметичности в одежде может объяснить непопулярность вещей, не имеющих ярко выраженной функциональной нагрузки, среди которых, например, пелерины или жакеты-болеро – эти негерметичные, незакрытые вещи – как бы ненастоящая одежда, на которую не стоит тратить деньги.

Таким образом, обращение к фотографиям позволяет выявить некоторые характеристики современной одежды, отсылающих к советской и постсоветской культуре потребления. Среди таких характеристик – парадность, эклектика, невыделенность, герметичность. Какие новые характеристики современной моды мы можем выделить, глядя на фотографии?

Современная городская мода: индивидуализация или унификация?

Британская исследовательница Элизабет Уилсон говорит, что городская жизнь стала огромной лабораторией, имея в виду складывающееся в результате индивидуализации разнообразие стилей одежды на улицах современных больших городов [Wilson, 2006. С. 34]. Однако на этот счет существует и противоположное мнение: например, Эндрю Хилл пишет о тенденции, которую он назвал «casualisation process» (процесс, ведущий к доминированию повседневного стиля) и придал ему негативный оттенок – людям все равно, во что они одеты, поскольку означающая сила вещей сходит на нет [Hill, 2005. P. 67-68].

Тенденция, свойственная практически любому современному городу, замечена и россиянами – одна из моих респонденток говорила о том, что сегодня все выглядят похожими. Что это: отголоски советского стиля или процесс, описываемый Хиллом? Скорее, второе, поскольку по сравнению с советской сегодняшнюю моду наши соотечественники видят яркой [1]. Основная причина состоит в том, что западные страны пережили серьезные сдвиги в сфере потребления, связанные с всплеском индивидуализации и самовыражения еще в 1960-е годы [Lynch, Strauss, 2007. С. 22], тогда как россияне столкнулись с этими процессами позже. Поэтому современный стилевой пейзаж в глазах людей отнюдь не выглядит унылым и серым.

В целом, от коллективизации и унылой серости россияне стараются отойти – к индивидуализации и той ее стадии, которая заключается в «тотальном casual» и равнодушию к одежде они пока еще не пришли, и находятся в промежуточной стадии, для которой характерно формирование дифференцированных стилей одежды. Однородные элементы в стилях одежды можно заметить у групп, объединенных на основании разделяемых ценностей (как в случае субкультур), а также на основании таких социальных характеристик, как класс, гендер, возраст, социально-профессиональная принадлежность. Эти характеристики, в свою очередь, пронизывают любые субкультурные объединения [2].

---

[1] Об этом говорят данные исследования фонда «Общественное мнение», приведенные в статье историка Анны Тихомировой [Тихомирова, 2007].

[2] В работе меня интересуют, прежде всего, характеристики стиля и практики потребления одежды, которые могут дать некоторое представление о том, что происходит с обозначенными социальными категориями, а не систематический анализ связи социальной стратификации и стилей одежды.

Одежда и классовые характеристики

Социологи расходятся во мнении о том, что происходит с классовыми маркерами одежды в бывших социалистических обществах. С одной стороны, утверждается, что классовая дифференциация уступает место культурным различиям [Штомпка, 2007]. С другой стороны, я склонна согласиться с точкой зрения, высказанной Линор Горалик, что потребление одежды в России является

> процессом классовой самоидентификации, а его участник зачастую оказывается человеком, составляющим заявку не столько на индивидуальность (или – напротив – на соответствие кодам своей социальной группы), сколько на собственную классовую принадлежность [Горалик, 2007б].

Россияне осваивают классовый язык одежды поспешно и сумбурно, следствием чего является отсутствие четких дресс-кодов [Там же]. Однако некоторые наблюдения, касающиеся классовых маркеров, можно сделать.

Одежде россиян свойственен следующий парадокс: несмотря на то, что она стоит дорого и составляет существенную долю расходов, люди готовы на нее тратиться – почему? Прежде всего, потому, что одежда отражает социальный статус человека, который в современном российском обществе до сих пор (в противовес постматериалистическому отношению к одежде в современных западных обществах) является важным критерием оценки, и во многом «считывается» по внешнему виду. Кроме того, за годы дефицита люди привыкли, что одежда является капиталом, в который необходимо вкладывать деньги, и перспектива потратить суммы, которые испугали бы любого европейца и, тем более, американца, вполне привычны (хотя и не всегда приемлемы) для современного российского человека.

Наиболее интересный феномен, который маркирует *вкус богатства* сегодня, – это использование *роскоши*, «буржуазного шика» и эстетики незаметного богатства в противовес демонстративному расточительству 1990-х годов. Богатые 1990-х годов, не владевшие языком потребления предметов роскоши, исходили из модели количественного увеличения известных символов богатства – так появился феномен, который Сергей Ушакин назвал «количественным стилем» [Ушакин, 1999].

Современные потребители изучают язык роскоши, одним из принципов которого является сдержанный вкус, то есть акцент на качественную, а не на количественную сторону стиля. Редактор журнала «Мадам Фигаро» Анна Баринова так оценивает российского потребителя роскоши:

> Представитель одной южной, даже провинциальной (позволю себе такое определение) европейской страны утверждал, что рус-

> ские клиенты любят все китчевое, кричащее-блестящее. Директора московского и парижского магазинов, напротив, говорили о сдержанности и изысканности вкусов покупателей из России. Очевидно, что предпочтения приезжающих в южную страну законсервировались на этапе малиновых пиджаков и толстых золотых цепей начала 90-х, тогда как запросы столичных покупателей сильно изменились за последние десять лет [Баринова, 2008].

Уход от показного расточительства и демонстрации вкуса богатства сопровождается появлением других типов расточительства, например, такого, который можно назвать *консюмеристской функциональностью*: непрактичность одежды, приобретение вещей ради потребительской эстетики новизны, удовольствия, современности и прогресса. Примеры консюмеристской функциональности – кашемировое пальто молочного цвета (маркий цвет, дорогая мнущаяся ткань), туфли на высоких каблуках с застежкой-лентой (высокий каблук и застежка не предполагают передвижения на расстояния большие, чем от дверцы машины до дверей дома), мягкие мокасины белого цвета (маркие, тонкие и не годящиеся для прогулок по улице по сырой петербурской погоде) (*Ил. 2*).



Ил. 2. Консюмеристская функциональность как пример нового расточительства.

Маркером вкуса богатства и примером нового расточительства стала дизайнерская одежда класса люкс. Современные потребители одежды перестали массово охотиться за Versace и учатся разбираться в марках и понимать, что первая линия Armani – Emporio и Armani Exchange – не один и тот же Armani, и что лэйбл не обязан быть обозначенным на видном месте. По мнению экспертов, потребители обращают внимание не только на стили Домов, но и на те идеологии, которые за ними стоят: «люксовым клиентам становится интересен посыл, который стоит за маркой» [Баринова, 2008]. Во многом «росту грамотности» способствует развивающаяся инфраструктура потребления, выполняющие образовательную функцию средства массовой информации, публичные и полупубличные пространства, в

рамках которых вызревает стиль потребителей люкса и правила его использования. Однако описанные тенденции только начинают формироваться, и мода для богатых по-прежнему сосредоточена на вещах, главная функция которых – обозначение финансового статуса [Вайнштейн, 2006. С. 206].

Китчево-блестящий стиль по-прежнему часто можно увидеть на улицах городов – так выглядит роскошь, шагнувшая в массы. Реклама предметов роскоши украшает городские троллейбусы и автобусные остановки. В соответствии с нисходящей теорией моды, модели вкуса богатства «стекли» вниз по социальной лестнице с инфляцией в стиле, превратившись в то, что в российской культуре называют «*гламуром*». Отчасти гламур является более дешевой и вульгарной версией вкуса богатства, отчасти – наследием стиля одежды новых русских. Для этого стиля характерна демонстративность, праздничность, блеск, яркие цвета, одежда «на острие моды». Характерный цвет этого стиля – розовый [Иванов, 2008]. По мнению аналитиков, этот стиль стал сегодня «массклюзивом» – массовые вещи, претендующие на то, чтобы называться эксклюзивными [Тангейт, 2006. С. 67].

Лидерами гламурного стиля являются celebrities, звезды, чей вкус перетекает в массы. Элизабет Уилсон характеризует стиль их жизни следующим образом: живущие напоказ, вульгарные, не знающие стыда нувориши, озабоченные демонстративным потреблением [Wilson, 2007]. В то же время следует сказать, что актуальная сегодня теория лидеров моды – теория полицентричности, а не классового стекания моды «сверху вниз». Лидеры моды есть не только в высших слоях, горизонтальное распространение моды также важно, а высшие слои – это не только экономическая элита. Именно сейчас приобретает свое истинное значение слово, широко используемое в советском контексте – *моды*, во множественном числе, т.к. доминирует не один образец, привязанный к определенной социальной группе, а множество образцов и стилей.

На противоположном конце континуума расточительства располагается *вкус бедности*. Вкус бедности характеризуется непрекращающейся циркуляцией ограниченного количества благ, которыми располагают субъекты этого вкуса, и отсутствием современных вещей в гардеробе. Все имеющиеся блага видятся для них замкнутой системой, поэтому для нее свойственны практики бесконечного использования вещей – донашивания, использования старых, вышедших из моды вещей. Соответствующий стиль одежды представляет собой вариант «вкуса необходимости» Пьера Бурдье – потребления вещей, исходя из нужды. Вкусу бедности свойственны темные или нейтральные цвета, простая, однотонная, немаркая одежда из прочных тканей – ценится практичность и функциональность вещей.

Для одежды «дна» общества – андеркласса – характерно отрицание этих формул и использование «тряпья» – вещей, утративших свою функциональность – «грязных» в социальном и физическом смысле. Такая одежда в каком-то смысле является примером демонстративности, за которой стоит отрицание социальных норм.



Ил. 3. Casual – стиль нового среднего класса, пример постматериалистического отношения к одежде.

В промежутке между вкусом богатства и вкусом бедности на континууме располагаются потребители, которые, с одной стороны, стремятся отделиться от вкуса богатства, с другой стороны – от вкуса бедности. Одни, в свою очередь, тяготеют к «старой» советской культуре одежды, как она была описана выше, либо к «новой» современной моде, а именно – стилю casual, тому самому, за который критикуется современная европейская мода и который, согласно этой критике, должен привести к постматериалистическому или постпотребительскому отношению к одежде (*Ил. 3*). Для этого стиля характерна большая свобода и раскованность по сравнению с герметичной одеждой по-советски, отсутствие склонности к «парадности», связанность вещей в стилистическое единство, функциональность и удобство.

Одежда и профессиональные характеристики

Помимо классовых, в современной одежде можно найти некоторые маркеры, отражающие *профессиональные характеристики*. Несмотря на то, что, по мнению социологов, одежда все больше включена в создание «непрофессиональных идентичностей» [Bovone, 2006; Crane, 2000], а не классовых или профессиональных, можно говорить о *знаковых вещах*, свойственных людям тех или иных профессий. Насколько они локальны или универсальны? В любом из крупных городов мира можно встретить людей, одетых в офисную одежду, нет практически ничего, что отличало бы российского клерка от зарубежного. На улицах Санкт-Петербурга выделяется униформа офисных работников – менеджер среднего звена будет

одет в рубашку с галстуком, пиджак или пуловер, брюки, строгие туфли. Одежда руководителя будет маркирована представительными вещами – хорошим костюмом, галстуком с крупным узлом, длинным пальто из благородной шерсти, кожаными туфлями и портфелем.

Люди интеллектуальных и либеральных профессий (например, профессура) тяготеют к стилю casual, простой удобной одежде – паркам, водолазкам, вязаным свитерам, джинсам, обуви на плоской подошве, иногда используют авангардные детали – хэнд-мэйд, штучные аксессуары, винтажную одежду, вещи, за которыми стоит какая-то история, в этом смысле также близки по стилю к своим европейским и американским коллегам.

Видимые отличия можно наблюдать среди представителей сферы обслуживания, которая раскололась на представителей современной корпоративной культуры или (пост-)советской культуры потребления. Одетые в черные тонкие водолазки и брюки, с гладко зачесанными волосами, незаметным макияжем продавцы-консультанты сетевых магазинов сосуществуют с пергидрольным «перманентом» и боевым макияжем называемых в обыденной речи «советскими» продавщицами.

Одежда и возрастная дифференциация: «взрослая» и молодежная культуры одежды

Продолжая разговор о моде и социальных характеристиках, можно было бы предположить, что *возрастная дифференциация* в одежде становится менее четко выраженной. Отчасти это связано с тем, что нормы в отношении того, как должен выглядеть человек «в возрасте», по сравнению с советской культурой, заметно ослабли, как и правила цветов и фасонов (вспомним советские правила о том, что женщины в возрасте, а также полные женщины должны избегать ярких цветов, поперечных полосок, коротких по длине вещей, воланов и оборок, в целом должны выглядеть скромно и сдержанно). Помимо ослабления требований, размыванию возрастных ограничений в одежде способствует развитие торговли, нацеленной на молодежь. Магазины сетевых корпораций в большинстве своем рассчитаны на 15–30-летних покупателей. Однако довольно часто в них можно встретить женщин в возрасте – рынок находится в стадии насыщения, в сознании людей еще не вполне закрепились правила дифференциации, и магазины сетевых компаний видятся таким покупателям как обычные магазины модной одежды.

Молодежная культура одежды, в свою очередь, может быть конформистской либо оппозиционной по отношению к взрослой культуре одежды. Оба этих типа могут содержать в себе следы советского стиля

или не содержать их. Стоит напомнить то, что советская культура имела богатый опыт оппозиционных по отношению к официальной советской моде модных образцов – стиляги – в 1950–60-е годы, хиппи – в 1970-е годы, поэтому оппозиционная одежда не является исключительно сегодняшним феноменом.

Отчасти эта классификация совпадает с классификацией британского социолога Хилари Пилкингтон, которая пишет о двух группах постсоветской молодежи 1990-х годов, различающихся по стилям жизни – «нормальной» и «продвинутой» молодежи. «Нормальная» молодежь – та, чья одежда является конформистской, а «продвинутая» – оппозиционеры (сюда относятся не только радикальные субкультуры, но и любые потребители не мэйнстримовой моды). Согласно наблюдениям Пилкингтон, «нормальная» молодежь не старается выделиться с помощью одежды, отделиться от массы и носит джинсы или обычные брюки, кожаные куртки, кожаную обувь, – то же, что и взрослые. «Продвинутые», напротив, ориентированы на выражение индивидуальности, копирование западных стилей, с пренебрежением относятся к отечественной одежде и отличаются рефлексией по отношению к своему внешнему виду [Пилкингтон, 2004].

Описанные Пилкингтон черты в стилях «нормальных» и «продвинутых» сохраняются в потреблении молодежи и сегодня, но со следующей разницей. С одной стороны, негативная оценка одежды отечественного производителя постепенно сходит на нет благодаря ее модернизации в последние годы, и склонность к выбору импортных вещей перестает быть группообразующей чертой. С другой стороны, место западной одежды заменила одежда под импортными или отечественными брэндами. Потребление брэндов отличает современную «продвинутую» молодежь от «нормальной».

Молодежная мода содержит примеры проникновения ставших глобальными субкультур и их локального присвоения. Например, на улицах Санкт-Петербурга можно встретить рэпперов. Стиль рэпперов легко опознаваем – одежда как будто «с чужого плеча», широкие приспущенные джинсы или спортивные штаны, бандана и часто поверх нее – сдвинутая на бок кепка-бейсболка, объемная футболка или кофта-толстовка с капюшоном, кроссовки, аксессуары: толстые цепи, часы, кольца (в идеальном варианте – крупные из имитирующих благородные металлы со стразами). Петербургские рэпперы цитируют культуру черных парней из Бронкса, но знают о ней в большинстве своем понаслышке – речь в этом случае идет об «инсценировке», как сказал бы социолог Леонид Ионин. Отечественные рэпперы не являются представителями бедных «черных» пригородов. Скорее всего, они принадлежат к семьям благополучного городского среднего класса, и в этом смысле *цитирование* и *инсценировка* представля-

ет собой заимствование глобальных образцов, оторванное от первоначального – истинного – содержания, которое, тем не менее, важно для самоидентификации и индивидуализации молодых людей и модернизации моды.

Гендерная дифференциация одежды

Особенности *гендерной дифференциации* одежды в современной российской культуре потребления состоят в следующем. Иностранцы говорят, что российскую девушку (и женщину) легко узнать по тому, как она одета – она всегда «при параде». Авторы портала RBC пишут: «Если Вы каждый день одеваетесь так, как будто это последний день в вашей жизни, вы – стопроцентная россиянка. Американки сказали бы:

> «Мы не сошли с ума, чтобы обувать туфли на каблуке и тратить время на макияж при поездке в продуктовый гипермаркет субботним вечером!» Однако для русских девушек подобный абсурд – норма [Новые правила… 2008].

В основе стиля 20–30-летних девушек, к которому апеллирует цитата, лежит традиционное представление о женственности. Его признаки отражает один из самых узнаваемых в последнее время социальных типов – «студентка». Вне зависимости от того, куда направляется студентка – на занятия в университет, на работу, в универмаг, на прогулку или на дискотеку, она одета модно и женственно, как правило, без элементов авангарда. Обязательными атрибутами девушки-студентки являются юбки, часто мини (вне зависимости от моды или погоды), платья, подчеркивающие достоинства фигуры, туфли на каблуках (вне зависимости от времени суток), женственные блузки, аксессуары: сумка, сережки, кольца, браслеты, бижутерия в виде цветов или бабочек. Образ (как табельное оружие) дополняет макияж, маникюр и уложенная прическа.

Яркий пример приверженности российских женщин к традиционному стилю – телепередачи с элементами реалити-шоу, посвященные преображению из «серых мышек» и «золушек» в «настоящих женщин». Российский культуролог Вера Зверева описывает образ женщины, который чаще всего обретают героини передачи – современный, яркий и женственный. Современность и яркость выражается в том, что, как правило, подбирается модная, декоративная и праздничная одежда насыщенных тонов, часто откровенно молодежная, резко контрастирующая с униформой пришедших на передачу «серых мышек». Женственность же обозначается «дословно» и, как правило, сводится к ношению женской одежды – юбок и платьев и обуви на высоких каблуках [Зверева, 2007].

Тенденция к женственности идет рука об руку с *эстетизацией* и *сексуализацией тела*. Элизабет Уилсон пишет, что современный город становится местом желания и эксплуатации тела, демонстрация сексуальности стала измерением экспериментальной свободы городской жизни с ее переполненными незнакомцами улицами и эротическими столкновениями. В этом контексте одежда становится крайне значимой для эстетизации и сексуализации тела [Wilson, 2006. P. 34]. Российские реалии подтверждают эту тенденцию: даже молодежная марка Mango, известная своей повседневной одеждой, поставляет в Москву главным образом вещи из вечерней линии, постоянно сокращая ассортимент простой одежды в стиле casual, менее популярной у российских девушек [Вайнштейн, 2006. С. 205].

В то же время существует обратная тенденция – часто молодежной одежде, в особенности мужской, присуща *гендерная нейтральность*, и эта тенденция глобальна. Итальянская исследовательница моды Лаура Бовоне отмечает, что сегодня парни не стремятся следовать «великому мужскому самоотречению» от моды и, следуя ее тенденциям, готовы оставить традиционную мужскую униформу и практичную одежду для более старшего возраста или же исключительно для рабочего времени [Bovone, 2006]. В итоге, мужская мода наполняется одеждой ярких цветов – в 2007 году в моде были розовые рубашки, тогда как в советский период яркие рубашки и галстуки служили объектом критики, т.к. были признаками «стиляг».

Трансгрессия гендерных границ особенно четко прослеживается на примере аксессуаров. Например, большие мягкие сумки неожиданных цветов у мужчин (в 2008 году встречались лимонно-желтые), напоминающие по форме женские, вместо привычных дипломатов, «сумок программиста» через плечо, рюкзаков или «барсеток». Мужские сумки традиционно имели жесткую форму и темный цвет (кроме спортивных), теперь же сумки постепенно «теряют гендер». В особенности это касается сумок с фирменными логотипами – Louis Vuitton или Gucci. Производители вполне могут дифференцировать свои изделия «по полу», однако для потребителя эти различия не всегда имеют значение.

Переписанные значения вещей

На примере молодежной одежды можно проследить не только изменение и разрушение связей социальных характеристик и вещей, но и *изменение значений отдельных типов одежды* – например, переход спортивной одежды в разряд повседневной. Несмотря на то, что идеология моды предполагает специализацию одежды в

зависимости от ситуации, никто не оспаривает право функциональной спортивной одежды считаться одеждой повседневной. В 1980-е годы штаны с лампасами считались домашней одеждой. В 1990-е годы обладатель штанов с лампасами и олимпийки, считавшихся признаком «пацанской» субкультуры, или обладательница таких же штанов и модельных «лодочек» на каблуках, могли стать персонами нон грата в «приличном месте». Современная мода представляет такую одежду как униформу городского модника или модницы. Примером этой модной тенденции является стиль «спортивный гламур», популярный в 2007–2008 годах, знаки которого – вельветовые костюмы Juicy Couture и мягкие кеды Y-3.



Ил. 4. Советские символы – пример эстетики стеба – можно встретить на одежде во многих странах мира.

Часто изменение значения типов одежды достигается за счет осознанного использования китчевых предметов, элементов авангарда, не принадлежащих стилю, в котором одет человек, и создание индивидуализированного стиля. Отдельный случай эстетики стеба – использование в одежде советской символики в качестве, которое никак не связано с описанным выше стилем одежды «по-советски». Речь идет о символах, ставших неотъемлемой частью современной культуры потребления, – аббревиатуры «СССР» (шутливо читаемой на западе как «СиСиСиПи»), герба (*Ил. 4*), значков с героями советских мультфильмов, олимпийским мишкой и портретом Юрия Гагарина.

Использование и коммерциализация советских символов отчасти связана с ностальгией у поколений, молодость и юность которых пришлась на советские годы. Восприятие этих символов молодым поколением очевидно очищено от опыта переживания советского времени, для них яркие модные вещи с символикой имеют мало общего с тусклой одеждой по-советски и в этом смысле вряд ли могут быть расценены как «семиотический багаж». Скорее, эти вещи становятся симулякрами, очищенными от прежних значений – советское перерабатывается, приживается и становится частью идентичности современного человека уже в новом качестве.

Заключение

Современная культура одежды сложна и многослойна. Она представляет собой переплетения советских, постсоветских и современных тенденций. Во-первых, мы можем наблюдать современные тенденции, среди них – появление феномена консюмеристской функциональности и идеи «незаметной роскоши» у богатых, доминирование повседневной одежды и формирование постматериалистического отношения к одежде в рамках стиля casual в новом среднем классе, переписывание связи возраста и вещей в культуре одежды взрослых. Во-вторых, сохраняются тенденции, пришедшие из советского и постсоветского прошлого. К ним относятся, например, демонстративность и высокое значение классовой идентификации одежды, в особенности, в отдельных слоях средних классов, стремящихся имитировать стиль богатых; тенденция к традиционной феминности, которая может выражаться в пристрастии к «дословной женственности» – ношению юбок и платьев и обуви на высоких каблуках. Перечисленные стилевые трансформации показывают то, какие изменения, связанные с социальными характеристиками, можно наблюдать в большом городе.

Я начала статью с вопроса о том, какую картину мы видим, проезжая по улицам своего города, – похожую на страницу из модного глянцевого журнала или на сцену из советского кинофильма? В отличие от советского времени с его модой в стиле «незаметной незаметности», современная городская мода, возможно, произвела бы другое впечатление из-за разнообразия стилей одежды. Однако люди все также выглядят одинаково. Как заметила однажды моя студентка Ольга Михайлова, занимающаяся социологией потребления, их одинаковость заключается не в фасонах, крое или материале, а в «однообразной пестроте», которая не позволяет сфокусироваться на чем-то конкретном. Однако городская толпа совершенно точно не выглядит скучной.

Список источников

Баринова А. Лидерами среди потребителей люкса стали женщины, 2008 // RBC.ru // http://style.rbc.ru/columnist/2008/04/16/51435.shtml.

Бартлетт Дж. Давайте оденем их в беж: мелкобуржуазный мирок официального социалистического костюма // Теория моды. Одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 187-232.

Вайнштейн О.Б. Улыбка чеширского кота: взгляд на российскую модницу // Женщина и визуальные знаки / Под ред. А. Альчук. М.: Идея-Пресс, 2000. С. 30–40.

Вайнштейн О. География московской моды: маршруты шоппинга // Теория моды: Одежда, тело, культура. 2006. № 1. С. 180-210.

Горалик Л. Антресоли памяти: воспоминания о костюме 1990 года // Новое литературное обозрение. 2007а. № 84 // http://magazines.russ.ru /nlo/2007/84/go23.html.

Горалик Л. Деньги, висящие в гардеробе: особенности русского шоппинга как классово-социальной практики // Теория моды. Одежда, тело, культура. 2007б. № 4 // http://www.rustm.net/catalog/article/1117.html.

Дашкова Т. Невидимые миру рюши: одежда в советском предвоенном и военном кино // Теория моды. Одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 149-162.

Зверева В. «Выглядеть великолепно»: конструирование женщины на телеэкране // Теория моды: Одежда, тело, культура. 2007. № 5. С. 182-205.

Иванов Д.В. Глэм-капитализм. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2008.

Ильин В. Потребление как дискурс. СПб.: Интерсоцис, 2008.

Новые правила женской моды, 2008 // RBC.ru // http://style.rbc.ru /blog /fashion/2008/05/20/53913.

Опубликован рейтинг самых стильных городов мира, 2008 // RBC.ru // http://style.rbc.ru/events/2008/05/23/54692.shtml.

Пилкингтон Х. Переосмысление «Запада»: стиль и музыка в культурной практике российской молодежи // Глядя на Запад. Культурная глобализация и российские молодежные культуры. СПб.: Алетейя. 2004. С. 186-197.

Тангейт М. От Armani до Zara: Построение бренда в сфере моды. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.

Тихомирова А. Советское в постсоветском: размышления о гибридности современной российской культуры потребления одежды // Неприкосновенный запас. 2007. № 4 (54) // http://magazines.russ.ru/nz /2007/54 /ti10.html.

Ушакин С.А. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // Социологический журнал. 1999. № 3/4. С. 187–214.

Штомпка П. Визуальная социология: Фотография как метод исследования. М.: Логос, 2007.

Bovone L. Urban Style Cultures and Urban Cultural Production in Milan: Postmodern Identity and the Transformation of Fashion // Poetics. 2006. № 34. P. 370-382.

Caldwell M. The Taste of Nationalism: Food Politics in Postsocialist Moscow // Ethnos. 2002. Vol. 67. № 3. P. 295-319.

Crane D. Fashion and its Social Agenda: Class, Gender, and Identity in Clothing. Chicago: University of Chicago Press, 2000.

Cweglédy A.P. Manufacturing the New Consumerism: Fast-Food Restaurants in Postsocialist Hungary // Markets and Moralities. Ethnographies of Postsocialism. Ed. by Mandel R. & C. Humphrey. Oxford, New York: Berg, 2002. P. 143-168.

Davis D.S. Introduction: A Revolution in Consumption // D.S. Davis (Ed.). The Consumer Revolution in Urban China. University of California Press, 2000. P. 1-24.

Dickinson J. The Semiotics of Selling and the transformation of Public Space in Postsocialist Ukraine. Paper presented at the SOYUZ Annual Meeting on April 25 2008, University of California at Berkeley, USA.

Fehérváry K. American Kitchens, Luxury Bathrooms, and the Search for a «Normal» Life in Postsocialist Hungary // Ethnos. 2002. Vol. 67. № 3. P. 369-400.

Hill A. People Dress So Badly Nowadays: Fashion and Late Modernity // C. Breward, C. Evans (eds). Fashion and Modernity. Oxford, New York: Berg, 2005. P. 67-78.

Kawamura Yu. Placing Tokyo on the Fashion Map: From Catwalk to Streetstyle // Fashion's World Cities. Ed. by Breward C. & D. Gilbert. Berg, 2006. P. 55-68.

Löfgren O. Consuming Interest // J. Friedman (Ed.). Consumption and Identity. Chur, Switzerland: Harwood Academic Publishers, 1994. P. 47-70.

Lynch A., Strauss M.D. Changing Fashion. Oxford, New York: Berg, 2007.

Patico J., Caldwell M. Consumers Exiting Socialism: Ethnographic Perspectives on Daily Life in Post-Communist Europe // Ethnos. 2002. Vol. 67. № 3. P. 285-294.

Wilson E. Urbane Fashion // C. Breward, D. Gilbert (eds). Fashion's World Cities. Oxford: Berg publishers, 2006. P. 33-39.

Wilson E. A Note on Glamour // Fashion Theory. 2007. Vol. 11. Issue 1. P. 95-108.

«Кидалт вы или обыкновенный человек?» Визуальное производство стиля

Елена Ярская-Смирнова, Галина Карпова, Мария Ворона

Американский антрополог Маргарет Мид обосновывает типологию культур в зависимости от способа преемственности поколений – постфигурацией она называет культуру, где эта связь очень тесная, дети учатся у своих предков и, взрослея, полностью повторяют их жизненный путь; в кофигуративной культуре и дети, и взрослые учатся у сверстников, а в префигуративной – взрослые учатся у своих потомков [См.: Мид, 1988]. Скорость и содержательные характеристики взросления в большинстве стран мира за последние 150 лет изменились существенным образом. Серьезной и быстрой модификации подверглось как само детство, так и стадии, этапы жизни человека, и способы культурной преемственности. И если неизбежность межпоколенческой связи была основным постулатом советского детства, наряду с приоритетом трудового воспитания и авторитетом взрослых, то к позднесоветскому периоду эти смысловые коды утратили свою былую силу [См. об этом: Ушакин, 2008. С. 30-31]. Наступила стадия кофигуративной культуры, и новые поколения уже не ориентировались в своем жизненном выборе на старших. Это было связано с ростом общества потребления, распространения городских культурных стилей, способствовавших расшатыванию матрицы устойчивых символов и их смыслов.

За последние два десятка лет установки россиян вообще очень быстро и резко трансформировались, в том числе, и относительно детства. По мнению большей части россиян, «детство» заканчивается на рубеже в 15–16 лет, после чего начинается «взрослая жизнь», но вот желание побыстрее вырасти сегодня стало не доминирующим, как в начале девяностых, а подчиненным чувством; на первое место вышло переживание детского счастья [Левинсон, 2008]. Так что же получается – растет продолжительность детства, или иными словами, снижается психологический возраст современного человека? Происходит это, по-видимому, в определенных условиях, и далеко не у всех [См.: Ярская-Смирнова, Карпова, Ворона, 2008]. Наш вопрос в этой статье как раз и состоит в том, что же считается взрослыми качествами, а что – детскими, кто дает эти определения и почему. В попытке ответить на него мы решили проанализировать дискурсы и визуальные средства, производящие и видоизменяющие идеи «детскости» и «ребячливой взрослости».

Кидалт вы или не кидалт...

В конце 2000-х годов на российском телевидении, в прессе и блогосфере философы, психологи, социологи, педагоги и другие эксперты обсуждали растущий «инфантилизм» современной культуры – популярность жанра фэнтези, «легкомысленность и безответственность современной молодежи» объяснялись в терминах «социальной болезни» [Пономарев, 2008], эскапизма [Désинский, 2007], ухода от ответственности, отсутствия четкой гражданской позиции и социальной деформации, женщин предостерегали от близких отношений с непригодными к семейной жизни мужчинами с синдромом Питера Пэна [Каликинская, 2009].

Зарубежные социологи, психологи, маркетологи и даже психиатры еще в 1990-е годы озаботились созданием целого тезауруса для обозначения феномена «поколения Питера Пэна». Помимо героя одноименной книги Джеймса Бэрри, в роли прототипа нового поколения выступает и персонаж сказок Астрид Линдгрен – речь идет о «синдроме Карлсона», то есть о «мужчине в полном расцвете сил» с поведением ребенка. Появился и термин – «*kidult*» (то есть «взрослый ребенок», от английских слов kid – ребенок, и adult – взрослый), а также понятия *Big Babies*, «дети-бумеранги» [1]. Термин «*kidult*» впервые употребил американский ученый Эндрю Калькутт

[1] Целый ряд терминов-гибридов трудно переводим на русский язык, в них одновременно звучат части слов «взрослый» и «юность», «подростковый» и «средний возраст»: *youthhood, middlescence, adultescents, middle youths*.

в 1998 году [Calcutt, 1998]: в своей работе «Задержка развития: поп-культура и эрозия взросления» он предположил, что современное общество все более активно демонстрирует свое нежелание взрослеть. С его легкой руки кидалтами стали называть людей среднего возраста, подчас вполне успешных в карьере, неплохо зарабатывающих и занимающих достаточно высокое социальное положение, но при этом увлекающихся сказками, мультфильмами, игрушками и прочими атрибутами детства. В Японии для определения этой изначально подростковой субкультуры – а теперь общенационального явления – используется термин *kawaii*. Ее отличает страсть к дорогим техническим новинкам, польза от которых весьма условна. Вслед за Японией «кавайные» аксессуары распространились и в Америке, и в Европе, их проводником являются прежде всего комиксы и аниме, чьи герои вооружены до зубов хайтековскими игрушками.

В сказке о Питере Пэне все мальчишки вернулись домой и стали взрослыми. Но мог ли ее автор, сэр Джеймс Мэтью Бэрри ожидать такой популярности и славы для тех, кто отказывается взрослеть?! Питер Пэн теперь живет в Лондоне и в Нью Йорке, в Токио и в Москве... И вам не нужно закрывать глаза, чтобы вообразить, что вы в стране Нетинебудет – она вокруг вас. Взросление стало лишь одной из вариаций жизненного стиля, которую в принципе можно избежать [Furedi, 2003].

Около десяти лет назад этот жизненный – и потребительский – стиль заявил о себе во весь голос и в России:

> О том, что Москва стремительно догоняет остальной мир по количеству кидалтов, говорит успешность брендов, которые на них ориентированы. Например, сеть магазинов необычных подарков *Le Futur*, где можно приобрести <...> ролики с ручным тормозом, пылесос с дистанционным управлением или паровую настольную мини-дрезину <...> Это значит, что и у нас респектабельные люди начали отказываться от эстетики Чикаго 30-х годов и тоже впали в детство [Синдром Карлсона, 2007].

И всего лишь за восемь «кликов» у вас теперь есть возможность узнать, кидалт вы или не кидалт [См., напр.: Aeterna.ru, 2007; zero tolerance, 2008]. По итогам заполнения теста вам предлагаются следующие варианты результатов – «настоящий кидалт», «обыкновенный человек», «черты кидалта есть, но до "тру-кидалта” не дотягиваете». Список характерных «черт кидалта», представленный упомянутым тестом [Там же], обрисовывает рамку жизненного стиля, включая визуализированные формы использования тех или иных благ и ценностные диспозиции кандидата:

- Пристрастие к одежде, не соответствующей возрасту или имеющей «детские» элементы: майки и сумки с «мультяшными» принтами, яркие полосатые носки и т.д.; любовь ко «взрослым игрушкам», постоянное стремление стать обладателем новой навороченной модели мобильного телефона, плеера; любовь к литературе, считающейся детской: «Властелин колец», «Гарри Поттер», «Приключения Муми-тролля» и т. д.
- Чрезмерное увлечение компьютерными и онлайн-играми; постоянная симуляция бурной деятельности, чрезмерная активность, не дающая результатов; способность ценить в первую очередь спонтанные радости жизни и свою свободу, при этом нежелание брать на себя какие-либо обязательства; «политика страуса»: стремление не замечать проблем и не прилагать усилий к их решению в надежде, что все наладится само собой.
- Способность свежо смотреть на вещи, замечая то, что другим не бросается в глаза, идущая от отрицания общепринятых истин и канонов.

Членство в социальной группе маркируется принадлежностью к референтному культурному стилю, особенно, если речь идет о субкультурах, связанных с визуально отличительным стилем потребления. Городские племена [Улица… 2006] представляют для человека в сугубо индивидуалистическом обществе новые возможности солидарности, ниши для формирования идентичности в рамках норм, отличающихся от нормативности большинства, государственной идеологии, нередко разделяемой и в семье, школе, на работе. К визуальным манифестациям, прежде всего, относятся потребительский выбор внешних атрибутов – одежды, аксессуаров, отличающихся цветом, фасоном, дизайном. Формулировки, с одной стороны, содержат оценочную составляющую («пристрастие», «чрезмерность», «свежо», «симуляция… не дающая никаких результатов», «не соответствующая возрасту»), а с другой – указывают на условность данных определений («считающаяся детской», заключение в кавычки слова «детские»). Эта условность обсуждается и в репликах заполнивших тест и получивших свой ярлык: «Я бы не относил "Lotr" к детской литературе так однозначно»; «Властелин колец – многоликое произведение, его можно читать всем, другой вопрос, кем оно может быть полностью понято и осознано»; «А "Властелин Колец" только поначалу задумывался как детская книга. В процессе написания он "перерос" этот жанр» [Aeterna, 2007].

Взаимное подозрение поколений имеет долгую историю, но наиболее явным, как пишет З. Бауман, оно стало в современную эпо-

ху, с ее постоянным, быстрым и глубоким изменением условий жизни. То, что для одних когорт кажется «естественным» и «нормальным», может другими считаться как отклонение, хаос и аномалия, а возможно, и как нелегитимное и нерациональное, несправедливое [Bauman, 2008. P. 41]. Кофигуративный тип культурной преемственности, по М. Мид, оставляет последнее слово за старшими поколениями. Старшие узурпируют власть наименования и критической оценки в адрес молодых: в частности, в июне 2008 года Государственной думой был одобрен проект «Концепции государственной политики в области духовно-нравственного воспитания детей в Российской Федерации и защиты их нравственности», в котором, в частности, предлагалось ввести

> запрет появления в государственном или муниципальном общеобразовательном учреждении, учреждении среднего или высшего профессионального образования обучающихся и иных лиц в явно узнаваемом и очевидно идентифицируемом макияже, одежде и атрибутике «гота» и «эмо» [Понкин и др., 2008; см. критику этого подхода: Омельченко, 2009].

Но похоже на то, что молодые не собираются к этим оценкам прислушиваться. Различия в восприятии стали настолько многомерными, что по сравнению с предыдущими поколениями молодые уже не могут рассматриваться как «миниатюрные взрослые» или «будущие взрослые» или «пока еще не зрелые, но обязательно станут зрелыми, как мы» [Bauman, 2008. P. 41]. Старшие побаиваются, как бы новички не испортили то удобное, нормальное, заботливо выстроенное и любовно сохраненное их родителями; молодые же, напротив, ощущают острую потребность перевернуть вверх тормашками то, что состряпано ветеранами [Ibid].

В ряде стран мира отмечается рост числа молодых взрослых, которые возвращаются домой после некоторого периода жизни вне семьи (например, во время учебы): доля тех, кто вернулся в отчий дом, выросла с 25% в 1950-м до 46% в 2001-м. В Японии 70% одиноких работающих женщин в возрасте 30–35 лет живут с родителями, в США со своими родителями живут 18 млн 20–34-летних, а это 38% всех одиноких молодых взрослых. Появился новый термин «дети-бумеранги». Эти молодые взрослые живут с родителями не потому, что те нуждаются в помощи, а потому что сами пользуются их поддержкой. Возможно, тому способствует рост разводов среди молодых пар, или родительское гнездо представляет собой эмоциональную теплую нишу, убежище, откладывающее начало самостоятельной жизни; не случайно слышны упреки

и в адрес гражданского брака, который-де способствует менее жесткой ответственности. Серьезным весом обладает экономическое объяснение, подразумевающее более низкое качество жизни у одиночек. Практически каждый третий из россиян, а точнее 27%, живет вместе с родителями. Причина тому – заоблачные цены на жилье и низкий уровень заработной платы [Россия – страна квартиросъемщиков… 2008].

Впрочем, есть и многочисленные обратные примеры – живущие с родителями детишки, разъезжающие на последних моделях *BMW*, покупающие сумочки от *Gucci* за $2800 и иные дорогие аксессуары и игрушки, одежду с детскими элементами от дорогих модельеров, куклы *ugly dolls* и тому подобные предметы. Взрослые дети на шее у родителей, «маменькины сынки и дочки», «недоросли» – явление далеко не новое. Подтверждение тому – многочисленные примеры из произведений художественной классической литературы. И сегодня существует (и увеличивается) круг людей, которые не задумываются о «хлебе насущном», у которых нет нужды брать на себя ответственность за свои поступки, для которых работает индустрия развлечений, поток книжной продукции, в том числе романы, пропагандирующие безделье и «шикарный» образ жизни за чей-то счет. И может быть, приверженцы такого стиля жизни, среди которых большинство – молодые, – лишь пытаются отреагировать на социальные вызовы тех условий «текучей современности», где никакая саморепрезентация не может быть стабильной и гарантированной на сколько-нибудь длительный период, и где то, что сегодня соответствует этикету, завтра будет считаться постыдно старомодным [Bauman, 2008. P. 53]. И потому такие идеалы, как зрелость, ответственность, преданность, противоречат современной культуре непостоянства, преобладающей в повседневной жизни.

Культура непостоянства, характерная для «быстро текущей жизни», имеет свою визуальную реальность – в практиках стилевого потребления, способах сверки своей идентичности с актуальными и постоянно спешащими часами современности.

Потребление в условиях диснеизации

Отличительная особенность стиля, которому приписывают ярлык «кидалт», – это эксперименты с внешностью: прическа, одежда, аксессуары, трепетное отношение к мелочам, будь то заколки с цветочками и бабочками, аксессуары, гаджеты, канцелярские принадлежности с персонажами мультфильмов (*Ил. 1*).



Ил. 1. Эксперименты с внешностью – отличительная особенность «кидалтов» (фото предоставлено информантом).

Настоящей героиней «кидалтов» является бренд Hello Kitty — который сначала удивил, а потом покорил большую часть любителей одеваться в супермодные вещи. Сегодня логотип марки Hello Kitty называют продуктом поп-культуры. Выходит огромное разнообразие товаров с изображением маленькой Кити – от футболок и мягких игрушек до тостеров и ноутбуков (*Ил. 2*). Покупателям предлагают зонтики, часы, тапочки, полотенца, сумки и даже галстуки с изображениями как самой героини, так и ее многочисленных «друзей и родственников». Ассортимент и, соответственно, цены — совсем не детские. Несмотря на «несерьезный», на первый взгляд, образ марки Hello Kitty, туалеты и особенно ювелирные украшения могут стоить очень дорого и рассчитаны они отнюдь не на детей: например, розовый ноутбук со стразами или розовый Mitsubishi.

Ребячливость, пролонгирование детства и молодости – это новый общемировой потребительский тренд:

> Средний класс «стареющих обществ», в том числе и России, часто обращается к поискам «внутренней молодости». Новые «молодежные индустрии» всячески поддерживают как страх старения, так и надежду на вечную молодость. «Быть в ногу со временем», демонстрировать свою актуальность и «продвинутость» стремятся все возрастные группы, особенно те, кому «за 30 и 40» [Омельченко, 2004. С. 15].








Ил. 2. Продукция интернет-магазина Hello Kitty.

В настоящее время даже такие бренды, как Christian Dior, Louis Vuitton и Hermes стали продвигать линию товаров, открывая для себя новую целевую аудиторию: панамки с героями мультфильмов, женские украшения с изображениями фруктов и конфет, сумки или галстуки с «забавными» персонажами. Оформление витрин и ассортимент современных модных бутиков практически в каждом городе включает в себя элементы «детского мира» (*Ил. 3*). На соседних полках обитают эксклюзивные мишки Тедди, Барби, Ugly dolls (готические игрушки) и дизайнерские куклы. С одной стороны, данный дизайнерский прием может создавать атмосферу эксклюзива, трогательности, эмоциональности, с другой стороны – недетское предназначение этих товаров легко определяется по «астрономической» стоимости, дающей понять, что перед нами – игрушка для взрослых. Создание атмосферы карнавальности, непосредственности, иногда с некоторым оттенком «гламура» присуще некоторым брендам торговых сетей: LeFutur, KiraPlastinina, «Красный Куб». Построение бренда «Евросеть» с ее эпатажными рекламными сообщениями кампании и обилием в ассортименте гаджетов и аксессуаров с изображением забавных персонажей близко к эстетике и идеологии легкости и несерьезности в противовес серьезному, «обремененному проблемами» миру взрослых людей.



Ил. 3. Элементы «детского стиля» в дизайне пространства модных бутиков. Фото П.В. Романова.

Свобода выбора идентичности в сфере потребления находится между потребностями или желаниями, с одной стороны, и возмож-

ностями их удовлетворения в рамках существующей структуры потребительского рынка и маркетинговых стратегий, – с другой. Стилевые предпочтения «кидалтов» вовсе не однородны – тут и кибергот, и киберпанк, эмо, гламур… «Глобальные подростки» [Савицкая, 2006] не склонны трактовать собственную, на их взгляд, индивидуальную, стилистику в терминах детскости. Допуская, что со стороны образ может восприниматься как «кукольный», одна из наших онлайн собеседниц отмечает: *«Я считаю, что у каждого свое мнение на мой счет. Я ведь тоже человек и иногда мне хо4ется немного мрачных вещей или строгих и обычных =)»*[2]. Учитывая полистилистическую сущность стиля «кидалт», сложно определить свойственную ему единую атрибутику и фиксированное (само-)определение, однако, непременной особенностью самоидентификации «взрослых детей» является аура «продвинутости»: *«Постоянно нахожу в интернете подобных мне людей за границей. В России пока что таких о4ень мало к сожалению – а кто есть – все мои друзья и то в Москве в основном =)»*. Как и в 1990-е годы, «продвинутые» ориентированы на западный культурный опыт и рефлексируют смыслы импортированных культурных практик [См.: Глядя на Запад, 2004].

Когда маркетологи во многих странах мира «обнаружили» достаточно обширный сегмент такой аудитории в обществе потребления, это и послужило толчком к популяризации образа жизни «взрослых детей» в массовом сознании, особенно благодаря тому, что весь мир сегодня становится похожим на Дисней-ленд, парк с аттракционами, сказочную страну потребительского счастья [Bryman, 2007]. Получается, что стиль, которому атрибутируют и детскую свободу, и склонность к экспериментированию является ни чем иным, как творением и объектом управления маркетологов, производителей товаров, стилей и информационных потоков…

Жил на поляне розовый слон…

Одним из маркеров стиля «кидалт» в одежде взрослого человека является розовый цвет. «Розовый» активно эксплуатируется поп-культурой, выступая знаком легкости или легкомысленности, феминности и попытками выглядеть моложе, инфантильнее, романтичнее и не очень серьезно, неинтеллектуально. В цветовом восприятии у «детства» в современной культуре – розовый цвет. Об «особом статусе» розового цвета свидетельствуют и идиомы русского языка: «розовые мечты», «жизнь в розовом цвете», «розовые оч-

[2] Здесь и далее – цитаты из он-лайн интервью, стилистика оригинала.

ки», отражающие наивное, оторванное от реальности, игнорирующее проблемы, беззаботное восприятие действительности. Но у этого цвета есть еще и явная гендерная окрашенность, ведь розовый и голубой – известная цветовая дифференциация, кодирующая потребительский выбор девочек и мальчиков (и их родителей) в соответствии с гендерными стереотипами. С некоторыми вариациями цветовой код сохраняется и для более старших потребителей – если мужчинам предлагаются серо-стальные и черные бритвенные станки, то женщинам – розовые или цвета морской волны, аналогичный выбор ожидает нас в других секторах консьюмеризма. Помимо цветовых отличий, «мужские» вещи оформлены более лаконично, тогда как «женские» отличаются особой эстетикой – украшения в виде сердечек, цветочков, а также блеск, узоры и инкрустации. Гипер-эстетизированное детство девочек в Великобритании, например, представлено сетью магазинов *Girl Heaven*, продающих в основном аксессуары и косметику для девочек от 3 до 13 лет. Надо ли говорить, что сама атмосфера шоппинга здесь создается «волшебная», с помощью особой музыки, ароматов и поведения продавцов [Russell, Tyler, 2002].

Впрочем, глянцевая эстетика и розовая гамма не всегда кодифицировали феминность. Культура той или иной общности и исторического периода определяют, какие цвета относятся к девочкам, а какие – к мальчикам. Например, в XVIII веке мужчины одевались в блестящий шелк и розовый бархат, и розовый цвет стал использоваться в одежде аристократок лишь с 1920-х годов. Исследование, проведенное в Финляндии в начале 2000-х годов, показало, что девочки-подростки стратегически использовали цвета и другие феминные элементы их одежды. В школе и других официальных контекстах они старались скрыть свою феминность, чтобы их воспринимали серьезно, и одевались в темные или нейтральные цвета, часто в брюки. В свободное же время, на вечеринках, стремясь подчеркнуть свою женственность, они использовали более яркие цвета. Мальчики, в свою очередь, одевались более однотипно в разных ситуациях [Ruohonen, цит. по: Wilska, 2005]. Сегодня и юноши, и девушки разрушают традиционные дресс-коды повседневного стиля одежды как в аспектах фасона, так и цвета. А взрослые имитируют подростковые стили, и с этим связаны опасения утраты серьезной взрослой женственности [Там же].

Модернистская культура, закрепив розовый цвет за детством и феминностью, стереотипизировала его «носителей» как психологически незрелых и ребячливых. Вместе с тем, учитывая свидетельства представителей различных субкультур, следует предположить, что «розовое» и «блестящее», традиционно предписываемые

«кидалтам», не являются символами определенной возрастной страты, но представляют собой насыщенную иными смыслами эстетику. И если с момента своего появления термин «кидалт» касался в первую очередь мужчин, то японцы предприняли успешную попытку преодоления гендерной асимметрии обозначенного явления и заполнили пустовавшую доселе на мировом рынке нишу женского кидалт-стиля – к нам пришла полюбившаяся многим мода на аниме (и, в частности, на наряды мультяшных героев) и другие узнаваемые бренды-спутники российских «взрослых детей».

Средства визуального производства стиля

Тема взросления в кино за последнее десятилетие почти полностью была вытеснена мотивом «впасть в детство» [Désинский, 2007] (достаточно вспомнить популярный сериал «Счастливы вместе» или американские комедии с главными героями-кидалтами в исполнении Бена Стиллера и Адама Сендлера («Счастливчик Гилмор», «Знакомство с родителями», «Маменькин сыночек», «Большой папа»), инверсия этого сюжета – ребенок во взрослом теле – тоже довольно популярна (Том Хэнкс к фильме «Большой»). Можно привести в пример и других персонажей с юношескими качествами в исполнении известных актеров (Робин Уильямс – Питер Пэн, Джон Траволта в «Уж кто бы говорил»). Фильм «Властелин Колец» собирал миллионы долларов во всем мире отнюдь не за счет детской аудитории. Культ незрелости пропагандируется и молодежными поп-группами. Многочисленные мультфильмы снимаются непосредственно для взрослой аудитории (о чем свидетельствует достаточно двусмысленный юмор), – например, «Шрек», «В поисках Немо», «Ледниковый период», «Суперсемейка». Более того, десятки мультсериалов для взрослых (включая «Южный парк», «Симпсоны», «Футурама») теперь можно круглосуточно смотреть на канале «2x2» – телеканале для вечных подростков, где насилие ненастоящее, где нет политики и криминала. Специально для «кидалтов» книги о «Гарри Потере» издали отдельным тиражом во «взрослой» обложке без рисунков, причем не только за рубежом, но и в России. Среди поклонников комиксов далеко не только дети, тут есть и те, кому за тридцать.

По словам Дугласа Рашкофа, «компьютер вместе с другими массмедиа становится ресурсом и фундаментом повседневности» [Rushkoff, цит. по: Омельченко, 2006] для современного поколения молодых людей, именуемых «экранейджерами» (*screenagers*), призванными научить взрослых тому, как адаптироваться к постмодернистской реальности. В культурных практиках этого стиля границы между вир-

туальными мирами, играми и социальными сетями размыты, и вся эта онлайн-сфера конфронтирует с «реальностью» не-электронно-управляемого мира, в котором нет простой защиты с помощью клавиш cancel и delete. Это делает оффлайновую жизнь более опасной, менее толерантной [Bauman, 2008. P. 47-48]. Глобальный «виртоленд» [Савицкая, 2006. С. 29] становится ключевым визуальным каналом стилевой (само-)идентификации: через специализированные сайты, блоги и живые журналы завязываются социальные связи экранейджеров, там же черпаются визуальные образы и «закупаются фишки»: *«В основном все свои вещи я покупаю либо в Москве, либо из заграницы в Интернет-магазинах»*. Сайты типа британского «Воссоединение друзей» или русских «Одноклассников» раскручиваются, возбуждая у их пользователей сентиментальную озабоченность по поводу школьных дней, ностальгию, которая раньше была прерогативой пожилых людей, а сейчас стала забавой для тех, кому чуть более двадцати. «Добрые старые времена» ассоциируются с 1980-ми, если не с 1990-ми [Furedi, 2003]. Виртуальный социальный капитал позволяет здесь укрупнить, сделать более видимой и популярной твою визуальную идентичность, отсюда растет и потребность в публичной видимости. Рекламировать самого себя в блогах – это все равно, как будто бы попасть на обложку глянцевого журнала [Bauman, 2008. P. 52-53]. Люди, «впитывающие» реальность посредством медиатехнологий, воспроизводят особый тип культуры, формой выражения которой становится интерактивность [Rushkoff, цит. по: Омельченко, 2006], настоящая революция геймеров и блоггеров. И вот уже и юные, и взрослые «кидалты» часами играют в компьютерные офф / онлайн игры, «зависают» в Интернете, устраивая провокации и профессиональные флешмобы с целью развлечься, чатятся и общаются в блогах, перекупая за web-деньги друг у друга новые игрушки или апгрейды для них. Используя интерактивный потенциал Глобальной сети, ты можешь быть в курсе самых свежих разговоров города, самых популярных хитов, новейшего дизайна футболок, самых недавних и обсуждаемых вечеринок, праздников, мероприятий, – а значит, и обновлять содержание, перераспределять акценты в изображении себя – в том числе и стирать следы быстро устаревающего прошлого [Bauman, 2008. P. 53-54]. Дополнительными источниками в этом плане выступают глянцевые журналы, дефиле, рекламные кампании.

Бесчисленное множество всевозможных *аксессуаров* – открытки, игрушки, футболки и бейсболки с героями мультиков, брелоки для мобильных телефонов, сумок и рюкзаков, фигурки Симпсонов наряду с детьми покупают люди и на третьем, и на четвертом десятке лет. Люди, находящиеся в среднем возрасте, нуждаются в том чувст-

венном опыте, который напоминает им более счастливое, более невинное время – детство [Furedi, 2003].

По мысли М. Фуко, субъект конституирует себя через разного рода техники жизни –

> практики рефлексивные и произвольные, с помощью которых люди не только устанавливают себе правила поведения, но стремятся также преобразовывать самих себя, изменять себя в своем особом бытии и делать из своей жизни произведение, которое несло бы некие эстетические ценности и отвечало бы некоторым критериям стиля [Фуко, 1996. С. 280].

Зигмунд Бауман развивает эту мысль, говоря, что если старшие поколения свою идентичность создают подобно шедеврам старых мастеров, на века, то молодые, скорее, имитируют популярные практики хэппенингов или инсталляций или ассоциируют их с теми постерами, которые они вешают на стене у себя в комнате, хорошо осознавая, что не будут лицезреть их вечно – вскоре плакаты будут сняты, и старые звезды будут заменены новыми идолами [Bauman, 2008. P. 43]. Быстро меняющимися «кумирами-идолами» являются «звезды» различных музыкальных направлений. Для киберготов и киберпанков – это участники музыкальных команд KMFDM, Cubanate, Punish Yourself, Front Line Assembly, The-Prodigy. Идентификационной направляющей выступают и определенные литературные течения: «замогильная» фантастика в современной обработке Стокера и Лавкрафта – для киберготов, «романчики» Робски и Собчак – для «гламурщиков».

Возможно, вымыванию ориентиров «взрослой» идентичности из современной культуры способствуют высокие стрессовые нагрузки, монотонность и высокий ритм офисной работы, которые, с одной стороны, отрывают мужчин и женщин от мира семьи, а с другой – приобщают к миру высоких технологий и виртуальной реальности. Уход в детство в этом случае расценивается как механизм защиты от стрессов. Ведь именно поколение бэби бумеров, поколение шестидесятых восприняло контркультурную «радикальную» философию отрицания сущностной ценности работы. Принятие классического западного концепта взрослости означало бы для них согласиться со смирительной рубашкой индустриальной системы, против которой они выступали [Calcutt, 1998]. А у продленного детства сколько угодно своих промоутеров. Психотерапевты призывают взрослых контактировать со своим внутренним ребенком, психологи уверяют, что зрелость наступает лишь после 35 лет. На удовлетворение потребностей питеров пэнов работает большой бизнес.

* * *

То, что «кидалты» сегодня – это явление политики, экономики и культуры, приходится признать хотя бы потому, что они выступают целевой группой для развивающейся бизнес-индустрии: общая тенденция насаждения культа молодости, бегство от реальности в «красивую жизнь» (книги, телевизионные каналы, одежда, автодизайн) является весьма выгодной для компаний, производящих стиль. Критика «кидалтов» (да и сам термин) – это взгляд «взрослых» (чей интерес – это работа и семья) на «недорослей» (у кого эти интересы еще не сформировались, но есть другие, больше похожие на детские). Позиция основана на жестких конструктах бинарной оппозиции детство – взрослость, характерных для индустриального общества, для культуры модерна, где государство и рынок заинтересованы как в (вос-)производительном труде «взрослых», так и в огромных аудиториях потребителей, в первую очередь, молодежи.

Конечно, современное молодое поколение столь же разнородно, как и все современное общество в целом. Но очевидно то, что в современном обществе существуют определенные предпосылки для продления детства, точнее, отсрочки самостоятельной жизни. До 25—30 лет молодой человек / девушка могут оставаться детьми, находясь на иждивении родителей – это связано и с получением высшего образования в вузах, и с изменением системы ценностей у молодого поколения (в частности ценности семьи, карьерного роста).

Выглядеть молодыми и привлекательными ранее вовсе не значило вести себя по-детски. Понятное, в общем-то, желание «не выглядеть старым» заменено сегодня вполне осознанным культивированием незрелости и может указывать на стимулируемый рыночными механизмами рост кофигуративного типа культурной преемственности, который устанавливает ориентиры не в прошлом и не в будущем, а в настоящем. Публичная видимость «урбанистических племен» становится ключевой потребностью и безопасной возможностью в виртуальных культурных практиках этого стиля, тогда как во «взрослой» офлайновой жизни его подстерегают интолерантные практики постфигурации.

Список источников

Воронин А.Н. Мы построили для молодых «дорогу в никуда» // Психологическая газета: Мы и Мир. 2008. № 3 [139] // http://www.gazetamim.ru /consult/Voronin.htm.

Глядя на Запад: культурная глобализация и российские молодежные культуры / Х. Пилкингтон, Е. Омельченко, М. Флинн, У. Блюдина, Е. Старкова / Пер. с англ. О. Оберемко и У. Блюдиной. СПб.: Алетейя, 2004.

Лединский С. Новое поколение не желает взрослеть // Реакция. 2007. № 15 // http://www.reakcia.ru/article/?1587.

Каликинская Е. Почему некоторые мужчины не взрослеют // АиФ Север-Запад. 29.01.2009 // sz.aif.ru/health/article/2132.

Левинсон А. Счастливое детство // Неприкосновенный запас. 2008. № 58. С. 142-144.

Мид М. Культура и мир детства. М.: Наука, 1988.

Омельченко Е. Молодежь: Открытый вопрос. Ульяновск: Симбирская книга, 2004.

Омельченко Е. Про эмо, готов и нравственность // Polit.ru 23.01.2003 // http://www.polit.ru/author/2009/01/23/subkult.html.

Омельченко Е. Смерть молодежной культуры и рождение стиля «молодежный» // Отечественные записки. 2006. № 3 (29) // http://www.strana-oz.ru/?numid=30&article=1270.

Понкин И.В., Юрьев Е.Л., Елизаров В.Г, Абраменкова В.В., Пристанская О.В., Коровина Ю.В., Соловьев А.Ю., Халтурина Д.А. и др. Концепция государственной политики в области духовно-нравственного воспитания детей в Российской Федерации и защиты их нравственности (Проект, 02.06.2008) / Комитет по вопросам семьи женщин и детей, Комитет по культуре и Комитет по делам молодежи Государственной Думы ФС РФ; Комиссия Общественной палаты РФ по социальной и демографической политике; Общественный совет Центрального федерального округа. М., 2008 // http://state-religion.ru/moral/concept/17-koncepcija-gosudarstvennojj-politiki-v-oblasti.html.

Пономарев П. Кидалт // Русская цивилизация, 21.01.2008 // http://www.rustrana.ru/article.php?nid=347961.

Россия – страна квартиросъемщиков, в которой треть населения живет вместе с родителями // Прайм-Тасс. Агентство экономической информации. 13.03.2008 http://www.prime-tass.ru/news/show.asp?id=2395&ct=articles.

Савицкая Т.Е. «Глобальный подросток» в орбите глобальной культуры: герой или жертва // Обсерватория культуры. 2006. № 1. С. 20-32.

Синдром Карлсона // Интернет-журнал TimeOut Москва № 36 / 10–16 сентября 2007 г. // http://www.timeout.ru/journal/feature/1627/1.

Улица. Из истории моды. Подиум и стили. Неотрибализм. Смешение племен. Супермаркет стилей и ревайвелы, 2006 // http://kompost.ru/intermedia-page0.html.

Ушакин С.А. «Мы в город Изумрудный идем дорогой трудной»: маленькие радости веселых человечков // Веселые человечки: Культурные герои советского детства / Сост. и ред. И. Кукулин, М. Липовецкий, М. Майофис. М.: Новое литературное обозрение, 2008. С. 9-60.

Фуко М. Использование удовольствий. Введение // М. Фуко. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: Работы разных лет. М.: Касталь, 1996. С. 280.

Ярская-Смирнова Е.Р., Карпова Г.Г., Ворона М.А. «Веселые, непонимающие и бессердечные»? О феномене Питера Пэна // Неприкосновенный запас. 2008. № 6. С. 161-177.

Aeterna.ru / 27.04.2007 / http://aeterna.ru/test.php?link=tests:11125.

Bauman Z. New Performance of the Old vs. Young Drama. Generalitat de Catalunya. Departament d'Accio Social i Ciutadania, Secretaria de Joventut, 2008.

Bryman A. The Disneyization of Society. Los Angelos, London: Sage, 2007.

Bywater M. Big Babies or: Why Can't We Just Grow Up? London: Granta Books, 2006. Цит. по: Travis A. Why the baby boomers have bombed // Spiked. 24.01.2007 //http://www.spiked-online.com/index.php?/site/article /2774/.

Calcutt A. Arrested Development: Pop Culture and the Erosion of Adulthood. London: Cassell, 1998.

Furedi F. The children who won't grow up // Spiked essays 29 July 2003 // http://www.spiked-online.com/Articles/00000006DE8D.htm.

Rushkoff D. Children of Chaos: Surviving the end of the world as we know it. London: Flamingo, 1997. Цит. по: Омельченко Е. Смерть молодежной культуры и рождение стиля «молодежный» // Отечественные записки. 2006. № 3 (29) // http://www.strana-oz.ru/?numid=30&article= 1270.

Russell R., Tyler M. Thank Heaven for Little Girls: Girl Heaven and the Commercial Context of Feminine Childhoods // Sociology. 2002. 36 (3). P. 619-637.

Wilska T.-A. Gender differences in the consumption of children and young people in Finland // Paper to the 7th conference of European sociological association, «Rethinking inequalities», Torun 9th-12th September 2005 // www.sifo.no/files/Wilska.pdf.

zero tolerance 18.03.2008 http://def-intolerance.livejournal.com/23071.html.

Информация об авторах

Роман Абрамов – доцент кафедры анализа социальных институтов Государственного университета – Высшей школы экономики (Москва), кандидат социологических наук, старший научный сотрудник отдела теории и истории социологии Института социологии РАН

Джонатан Викери – PhD, профессор, Центр исследований в области культурной политики, Университет Уорвик, Ковентри, Англия

Андрей Возьянов – студент юридического факультета, слушатель Программы Междисциплинарного индивидуального гуманитарного образования, Южный федеральный университет

Мария Ворона – кандидат социологических наук, доцент кафедры социальной антропологии и социальной работы Саратовского государственного технического университета, координатор проектов Центра социальной политики и гендерных исследований

Ольга Гурова – кандидат культурологии, доцент кафедры методов и технологий социологических исследований Санкт-Петербургского филиала Государственного университета – Высшей школы экономики

Оксана Запорожец – кандидат социологических наук, сотрудник исследовательской группы «Свободное мнение» (Самара), доцент кафедры социологии и политологии Самарского государственного университета, участник Лаборатории критического урбанизма (Европейский гуманитарный университет, Вильнюс)

Галина Карпова – кандидат социологических наук, доцент, докторант кафедры социальной антропологии и социальной работы Саратовского государственного технического университета, руководитель образовательных программ Центра социальной политики и гендерных исследований

Анастасия Кинчарова – кандидат социологических наук, социолог-исследователь, Агентство социальной информации, Санкт-Петербург

Татьяна Кузьмина – аспирантка, ассистент кафедры социальной антропологии и социальной работы Саратовского государственного технического университета

Екатерина Лавринец – PhD, лектор кафедры философии и политологии в Вильнюсском техническом университете им. Гедиминаса (Литва), участник Лаборатории критического урбанизма (Европейский гуманитарный университет, Вильнюс)

Светлана Малышева – доктор исторических наук, профессор кафедры историографии и источниковедения Казанского государственного университета

Павел Романов – доктор социологических наук, профессор Государственного университета – Высшей школы экономики (Москва), Саратовского государственного технического университета, директор Центра социальной политики и гендерных исследований, главный редактор Журнала исследований социальной политики

Алла Сальникова – доктор исторических наук, профессор, заведующая кафедрой историографии и источниковедения Казанского государственного университета

Виктория Семенова – доктор социологических наук, профессор кафедры методологии социологического факультета ГУГН, заведующая сектором Изучения социальных изменений качественными методами Института социологии РАН

Наталья Сорокина – аспирантка, ассистент кафедры социальной антропологии и социальной работы Саратовского технического университета, координатор проектов Центра социальной политики и гендерных исследований

Борис Степанов – кандидат культурологии, старший научный сотрудник Института гуманитарных историко-теоретических исследований Государственного университета – Высшей школы экономики (Москва)

Елена Трубина – доктор философских наук, профессор кафедры социальной философии Уральского государственного университета

Елена Ярская-Смирнова – доктор социологических наук, профессор Государственного университета – Высшей школы экономики (Москва), Саратовского государственного технического университета, научный руководитель Центра социальной политики и гендерных исследований, соредактор Журнала исследований социальной политики

Научное издание

ВИЗУАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ: ГОРОДСКИЕ КАРТЫ ПАМЯТИ

Редакторы:

Павел Романов
Елена Ярская-Смирнова

Макет:

Зоя Вострова
Андрей Шиманский

Корректор:

Юлия Бирюкова

Дизайн обложки:

Наталия Феоктистова

ООО «Вариант»,
109093, Москва, ул. Б. Серпуховская, д. 44, оф. 19
e-mail: a1605@mail.ru

Сдано в набор 12.02.2009. Подписано в печать 15.06.2009.
Формат 60x90 1/16. Печ. лист. 19,5. Печать офсетная.
Тираж 1000 экз. Заказ №698.

Отпечатано в полном соответствии с предоставленными диапозитивами
в типографии ООО «Антей-XXI Принт»
г. Москва, Рязанский проспект, д. 8а